Dr. Nihayatul Masykuroh, M.Si, dkk

STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN

JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SMH BANTEN

STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN
JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SMH BANTEN

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., dkk

Penerbit :

STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SMH BANTEN

ISBN : 978-623-94449-2-1

Penulis :
Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
Hadi Peristiwo, SE, M.M
Asep Dadan Suganda, M,Sh.Ec

Editor : Mujang Kurnia
Desain Sampul : Tim Media Karya
Layout : Tim Media Karya
Foto sampul : Seuramoeaceh.com

Diterbitkan oleh Media Karya Publishing, Banten. 2020

CV. Media Karya Kreatif
Jl. Yudistira 17, Kavling Citra Pelamunan Indah, Kramatwatu, Serang – Banten. Email : mediakarya.publishing@gmail.com

ABSTRAK

This feasibility study aims to determine the extent of the community interest towards opening the Department of Zakat and Endowments Management at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN SMH Banten. The method of this research used descriptive qualitative by distributing questionnaires to the students of High School (SMA), Vocational School (SMK) and Islamic High School (MA) in Serang City. Furthermore, guided interviews were conducted for philanthropic institutions such as BAZNAS, Indonesian Endowments Agency (BWI), Dompet Dhu'afa, and LAZ Harfa. Meanwhile, for sampling used a random sample method. It can be seen that the positioning of the Department of Zakat and Endowments Management according to the perceptions of Class XII students from SMA, SMK and MA in Serang City were quite important with a percentage of 56.5% based on the argument that mastering the knowledge of zakat and endowments management in the globalization era quite important as much as 50.8%. In addition, most respondents were very interested in continuing their studies to a higher level, both the respondents from the public school and private schools as many as 83.1%. Whereas the respondents' interest in continuing their studies in FEBI, UIN SMH Banten, when the Department of Zakat and Endowments Management has been opened, is 49.2%, with the most preferred area of respondents when entering the Department of Zakat and Endowments Management was the management area, which is equal to 76.3%. Based on these data, it can be stated that the Department of Zakat and Endowments

Management is feasible to be opened in FEBI, UIN SMH Banten.

Keywords: *Feasibility Study, Management, Zakat, Endowments*

Penelitian studi kelayakan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat serta animo dari masyarakat terhadap pembukaan jurusan Manajemen Zakat danWakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SMH Banten. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan cara menyebarkan kuisioner (angket) kepada siswa/siswi SMU, SMK dan MA di Kota Serang. Untuk *guided interview* dilakukan kepada lembaga-lembaga filantropi seperti BAZNAS, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dompet Dhuafa, dan LAZ Harfa. Untuk pengambilan sampel sendiri dilakukan melalui metode *random sampling*. Berdasarkan penelitian ini, dapat diketahui bahwa *positioning* Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf menurut persepsi siswa/ siswi Kelas XII dari SMA, SMK dan MA yang ada di Kota Serang cukup penting dengan prosentase sebesar 56,5% melihat argumentasi bahwa penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf di era globalisasi merupakan hal yang cukup penting sebanyak 50,8%. Selain itu, sebagian besar responden sangat berminat untuk melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, baik itu dari responden yang berasal dari SMA, SMK dan MA negeri maupun swasta yaitu sebanyak 83,1%. Sedangkan minat responden untuk melanjutkan

studi di FEBI, UIN SMH Banten jika jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf telah dibuka, adalah sebesar 49.2%, dengan bidang yang paling diminati oleh responden ketika masuk pada jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf adalah bidang manajemen yaitu sebesar 76,3%. Bersumber dari data tersebut dapat dinyatakan bahwa jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf layak dibuka di FEBI, UIN SMH Banten.

Kata Kunci: Studi Kelayakan, Manajemen, Zakat,Wakaf

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena dengan *rahmah, hidayah* serta *inayah*-Nya kami dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.

Laporan penelitian ini tidak akan terwujud tanpa didukung oleh bantuan dan peran aktif dari berbagai pihak. Tidak ada kata yang lebih pantas diucapkan selain ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini. Hanya ucapan *jazakumullah ahsan al-jaza* teruntuk mereka, yaitu:

1. Bapak Rektor UIN SMH Banten atas pemberian kesempatan penelitian ini
2. Kepala LP2M UIN SMH Banten atas bantuan teknis dan finansial yang diberikan selama penelitian ini
3. Jajaran Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten atas dorongan dan motivasi untuk meneliti.

4. Para rekan-rekan relawan semuanya yang telah menyumbang pikiran dan tenaganya selama penelitian ini berlangsung

Kami menyadari laporan penelitian ini sangat jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran tentunya sangat kami harapkan guna menyempurnakan penelitian ini maupun karya-karya selanjutnya.

Serang, November 2018

Ketua Tim Peneliti,

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI.

NIP. 19640212 1991032 003

DAFTAR ISI

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bidang Pendidikan merupakan komponen yang penting bagi perilaku kehidupan manusia di dalam berbangsa dan bernegara. Pendidikan diharapkan dapat menghantarkan suatu bangsa dan negara untuk dapat bersaing serta berkembang dalam mendominasi segala disiplin bidang keilmuan. Bidang Pendidikan juga merupakan pilar yang dapat mewujudkan sumber daya insani menjadi pribadi yang inovatif serta dapat berpikir maju demi kesuksesan dan kejayaan suatu bangsa dan negara.

Ranah pendidikan merupakan komponen yang penting bagi perilaku kehidupan manusia di dalam berbangsa dan bernegara. Dengan pendidikan diharapkan dapat mengantarkan suatu bangsa dan negara untuk dapat bersaing serta berkembang dalam mendominasi segala

disiplin bidang keilmuan. Bidang Pendidikan juga merupakan pilar yang dapat mewujudkan sumber daya insani menjadi pribadi yang inovatif serta dapat berpikir maju demi kesuksesan dan kejayaan bangsa dan negara. Dengan demikian, pendidikan merupakan suatu pondasi dasar dari landasan bagi pertumbuhan dan pendorong perkembangan suatu bangsa. Perguruan tinggi diharapkan sebagai suatu kekuatan moral yang mampu untuk dapat: a) membentuk karakter dan budaya bangsa yang berintegritas tinggi didasari oleh nilai-nilai luhur kejujuran, kebenaran, serta kewajaran sikap (*sense of decency*), saling percaya, dan saling menghormati sebagaimana nilai-nilai yang dikembangkan di masyarakat akademis; b) memperkuat persatuan bangsa melalui penumbuhan rasa kepemilikan dan kebersamaan sebagai suatu bangsa yang bersatu; c) menumbuhkan masyarakat yang demokratis sebagai pendamping bagi kekuatan sosial politik; d) menjadi pengawal reformasi nasional; e) menjadi sumber ilmu pengetahuan dan pembentukan sumber daya insani yang

sensitif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat dengan seluruh strata sosialnya. [1]

Salah satu yang menjadi perhatian yang sangat penting saat ini terkait dengan sumber daya insani adalah mengenai keadaan ekonomi masyarakat umat muslim. Terdapat suatu jurang pemisah yang amat luas antara kelompok yang berkecukupan ekonomi atau pembayar zakat (*muzakki*) serta kelompok yang kekurangan secara ekonomi atau penerima zakat (*mustahik*). Zakat dan wakaf merupakan bagian dari ibadah yang memiliki sudut pandang sosial yang dapat digunakan sebagai salah satu upaya agar dapat mensejahterakan ekonomi terutama masyarakat muslim.

Dalam rangka mendukung program Perguruan Tinggi yang telah dicanangkan oleh Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten (UIN SMH Banten) serta berdasarkan mandat dari Rektor UIN SMH Banten pada salah satu Fakultas yang terdapat pada UIN SMH Banten

---

[1] Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2004). *Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi (HELTS) 2003-2010: Menuju Sinergi Kebijakan Nasional.* Hal. 23.

yaitu dalam hal ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Maka yang menjadi fokus utama penelitian studi kelayakan adalah pembukaan jurusan baru yaitu Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA). UIN SMH Banten memilih FEBI untuk menjadi Fakultas unggulan yang siap bersaing secara profesional dengan membuka jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.

Dengan pengalaman yang dipandang sangat memadai dan unggul dalam mengelola jurusan serta didukung oleh kesiapan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan keahlian yang mampu berkompetisi, didukung pula dengan sarana dan prasarana, letak geografis yang strategis dan potensi calon mahasiswa yang besar, serta tuntutan kebutuhan untuk mengikuti perkembangan ilmu dan kebutuhan masyarakat terhadap bidang zakat dan wakaf maka pada saat ini dipandang sudah sangat perlu dan layak bagi UIN SMH Banten untuk membuka jurusan baru yaitu S1 Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Langkah awal yang dapat dilaksanakan di dalam membuka jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf adalah dengan melakukan analisis studi kelayakan. Sebagai suatu Fakultas yang akan mengembangkan bidang keilmuan Manajemen Zakat dan Wakaf, FEBI UIN SMH Banten memiliki komitmen yang kuat untuk menyiapkan peserta didik (mahasiswa) menjadi insan cendikia di bidang manajemen zakat dan wakaf. Karenanya, FEBI UIN SMH Banten memiliki kewajiban untuk menciptakan suatu kebijakan yang mampu mendorong pengembangan kualitas lulusan (alumni) yang dihasilkannya. Kebijakan tersebut juga dilakukan dengan melalui penyediaan fasilitas yang baik serta yang mampu mendukung kegiatan dosen serta mahasiswa.

Oleh karena itu diperlukan suatu kajian yang menyeluruh (komprehensif) untuk menganalisa terhadap kelayakan pembukaan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian studi kelayakan dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat serta animo dari masyarakat terhadap

pembukaan jurusan Manajemen Zakat danWakaf. Oleh karena itu tim peneliti melakukan penelitian studi kelayakan Pengembangan Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diajukan didalam penelitian studi kelayakan Pengembangan Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten adalah sebagai berikut:

a. Bagaimana *positioning* jurusan manajemen zakat dan wakaf ?
b. Bagaimana minat (animo) calon mahasiswa terhadap manajemen zakat dan wakaf ?
c. Bagaimana kelayakan pembukaan jurusan manajemen zakat dan wakaf ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, yaitu:

a. Mendapatkan gambaran serta penjelasan mengenai *positioning* dari jurusan manajemen zakat dan wakaf.
b. Mengetahui minat calon mahasiswa terhadap jurusan manajemen zakat dan wakaf.
c. Mendapatkan gambaran mengenai kelayakan pembukaan jurusan manajemen zakat dan wakaf.

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/ kontribusi yang positif, diantaranya :

a. Mengkaji mengenai kebutuhan pengguna kerja (*users*) mengenai lulusan (alumni) dari jurusan manajemen zakat dan wakaf / keterserapan lulusan (alumni) pada dunia kerja
b. Mengkaji animo (minat) dari masyarakat serta calon mahasiswa terhadap jurusan manajemen zakat dan wakaf .

E. Kerangka Konseptual

Pentingnya mewujudkan kehidupan masyarakat yang adil dan makmur menjadi fokus utama para pengelola lembaga zakat dan wakaf di Indonesia. Lembaga zakat dan wakaf merupakan suatu wadah yang berbasiskan organisasi dan berbadan hukum serta diharapkan menjadi salah satu lembaga yang dapat menyelesaikan persoalan ekonomi umat. Harapan ini sangatlah wajar jika ditujukan kepada lembaga zakat dan wakaf, mengingat lembaga zakat dan wakaf merupakan lembaga masyarakat yang terdapat dalam kehidupan masyarakat lintas generasi. Semakin menggeliatnya perkembangan zakat dan wakaf di Indonesia yang cukup signifikan pada saat ini, diperlukan suatu pengelolaan pemberdayaan zakat dan wakaf secara terstruktur serta profesional.[2]

Perkembangan wakaf di Republik Indonesia sampai dengan saat ini demikian besar. Wakaf-wakaf tersebut kebanyakan dipergunakan untuk sarana ibadah (masjid,

---

[2] Wawancara dengan Kepala Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Banten.

musholla), sekolah, panti-panti dan tempat pemakaman. Dari data yang diperloleh, total aset wakaf secara nasional yang dimiliki oleh Indonesia mencapai 590 trilliun, jumlah tersebut jika dilihat dari angka keseluruhan rata-rata aset yang ada pada lembaga wakaf kemudian dikalikan dengan total jumlah lokasi wakaf. Dengan aset yang dimiliki sebesar tersebut maka sebenarnya potensi wakaf dapat diberdayakan dan produktif untuk membiayai pembangunan ekonomi umat melalui berbagai kegiatan produktif yang dikembangkan.[3]

Di sisi yang lain terdapat persoalan zakat yang pengelolaannya belum dikelola dengan baik. Dimana pemberdayaan pengelolaan zakat dalam hal ini tidak bisa bekerja secara maksimal. Sehingga tuntutan untuk menciptakan atau regenerasi sumber daya insani baru yang mampu menangani masalah tersebut tidak bisa terelakkan. Di satu sisi, selama ini yang sering ditinggalkan dan diabaikan dalam manajemen pengelolaan zakat dan wakaf

---

[3] Website Prodi Zakat dan Wakaf STAIN Kudus: http://zw-syariah.stainkudus.ac.id/?modu. Diakses terakhir 19 Juni 2018.

adalah dapat menjadi faktor yang menyebabkan ketidakseimbangan dan ketidakprofesionalan dalam pengelolaannya serta mengakibatkan terbengkalainya persoalan yang ditangani. Hal tersebut merupakan suatu persoalan tersendiri yang sangat serius untuk segera ditangani dan diberdayakan langsung oleh pemerintah.[4]

Oleh karena itu dalam rangka merespon berbagai masalah tersebut, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten memiliki rencana untuk membuka jurusan baru yaitu jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, di mana jurusan tersebut akan berorientasi pada pengkhususan bidang keilmuan yaitu pengelolaan zakat dan wakaf. Maka diharapkan dengan pembukaan jurusan tersebut, akan mampu mencetak lulusan yang berkompeten serta ahli dalam bidang pengelolaan zakat dan wakaf secara profesional.

---

[4] Wawancara dengan Ketua BAZNAS Kota Serang.

F. Telaah Pustaka

Studi terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini antara lain adalah: Penelitian oleh Sungkono, yang berjudul: *Pengembangan Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan.* Paparannya adalah bahwa arah kebijakan pengembangan jurusan dilakukan melalui dua cara yaitu pengembangan kualitas penyelenggaraan serta pengembangan pada organisasi dan kelembagaan. Fakultas Ilmu Pendidikan mengacu kepada kebijakan Pemerintah tentang Program Pembangunan Nasional menetapkan arah kebijakan pengembangan jurusan dalam tujuh bidang hasil pokok dengan sasaran strategis pengembangan jurusan yaitu:[5]

1. Peningkatan dan pengembangan sistem kelembagaan termasuk di dalamnya penataan dan pengembangan jurusan, pengembangan sistem operasi baku untuk berjalannya fungsi akademik maupun non akademik sampai tingkat jurusan, pengembangan dan

---

[5] Sungkono. (2007). *Pengembangan Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan.* Hal. 6.

pemberdayaan *Local Area Network* (LAN) bagi peningkatan kolaborasi dan efisiensi kinerja.

2. Meningkatkan profesionalisme dosen agar memiliki kemampuan akademik untuk mendukung kinerja dan pengembangan sumber daya lembaga melalui:
   a. Pendidikan dan latihan baik *degree* maupun *non degree* sesuai rumpun keilmuan.
   b. Penyediaan sarana dan prasarana akademik melalui optimalisasi laboratorium, perpustakaan, ruang pertemuan akademik dan dan ruang kerja dosen.
   c. Penambahan dan pendayagunaan sarana dan prasarana bagi efisiensi dan efektivitas kegiatan akademik.
3. Peningkatan produktivitas dan kualitas, relevansi penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan publikasi ilmiah:
   a. Pengembangan ilmu dasar/murni dan terapan sesuai disiplin ilmu jurusan.

b. Peningkatan kualitas dan jumlah hasil penelitian maupun kajian.
c. Peningkatan kemampuan meneliti dosen.

4. Pengembangan kerja sama antar lembaga baik internal maupun eksternal dan pengembangan keilmuan pendidikan dan non kependidikan melalui kegiatan:
   a. Peningkatan kerja sama kolaboratif saling menguntungkan melalui pendidikan, pelatihan, magang, penataran, konsultasi, dan penelitian.
   b. Peningkatan partisipasi di dalam pelaksanaan otonomi daerah khususnya dalam pengembangan pendidikan daerah.

Meningkatkan kualitas dan relevansi, serta pemerataan kesempatan dalam mendapatkan pendidikan, diantaranya melalui pemutakhiran kurikulum, silabi, Rancangan Kegiatan Belajar Mengajar (RKBM), bahan ajar, dan media pembelajaran.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jokhanan Kristiyono, dkk. tentang rencana pembukaan prodi baru di STIKOSA-AWS yang menyimpulkan bahwa:[6]

1. Rencana pengembangan prodi baru di Stikosa-AWS dapat dilaksanakan khususnya untuk pembukaan program studi TV dan Film sebagai pengembangan peminatan *broadcasting*
2. Potensi sekolah lanjutan tingkat atas khususnya sekolah kejuruan menjadi pasar yang terbesar khususnya dari jurusan *multimedia broadcasting* dalam menerima program studi baru yaitu TV dan Film, tercatat lebih dari 90% responden itu berasal dari SMK dan 41% responden dari jurusan multimedia.
3. Bentuk program studi yang diminati adalah sarjana strata 1 (S1) sebesar 93,8%, untuk lainnya yaitu program diploma (D1/D2/D3/D4) sebesar 6,2%. Ini menunjukkan program sarjana (S1) lebih diminati daripada program vokasi.

---

[6] Jokhanan Kristiyono, dkk.(2016). *Pengembangan Program Studi Baru STIKOSA-AWS (Riset dan Pengembangan Prodi Baru Stikosa-AWS: S1 TV & Film dan S1 Marketing Communication)*. Hal.25.

4. Pasar konsumen Stikosa-AWS pada saat ini adalah pada pasar ekonomi kelas C atau kelas ekonomi menengah ke bawah dengan biaya pendidikan perbulannya sebesar Rp. 500.000,-/bulan. Sesuai dengan data hasil kuisoner ternyata kemampuan ekonomi calon mahasiswa bisa disasar pada kelas lebih tinggi yaitu kelas B pada ekonomi menengah, bahkan dengan kompetensi yang diinginkan dan profesi karir yang diharapkan yaitu *research and development.*

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian studi kelayakan pengembangan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf ini adalah bersifat deskriptif kualitatif yang menekankan analisa terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini akan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia tertentu menurut perspektif (sudut pandang) tim peneliti

sendiri. Penelitian kualitatif juga mengasumsikan bahwa kenyataan empiris terjadi dalam konteks sosio-kultural yang saling terkait satu sama lain, yaitu untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh (komprehensif) mengenai kelayakan atas dibukanya jurusan baru pada FEBI. Untuk memperoleh data hasil penelitian, maka digunakan metode kuisioner (angket) sebagai alat untuk pengumpulan dan pengolahan data.

Kemudian, penelitian studi kelayakan pengembangan jurusan MAZAWA ini akan melibatkan beberapa responden dari siswa/ siswi SMU, SMK dan MA yang terdapat di Kota Serang dan beberapa lembaga filantropi. Penelitian yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner (angket) serta wawancara terarah (*guided interview*) terhadap responden. Penyebaran kuisioner (angket) dilakukan kepada siswa SMU, SMK dan MA. Untuk *guided interview* akan dilakukan pada lembaga-lembaga filantropi seperti BAZNAS, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dompet Dhuafa, LAZ Harfa. Untuk pengambilan sampel sendiri dilakukan melalui

metode *random sampling* dari total populasi SMU, SMK, MA yang ada di Kota Serang.

Penelitian deskriptif kualitatif pada pengembangan jurusan ini mengutamakan penghayatan subyek peneliti atas obyek penelitiannya. Kekuatan penghayatan (*verstehen*) menentukan hasil dari suatu analisis terhadap duania sosial. Giddens mengatakan bahwa analisis penghayatan (*verstehen*) dipandang sebagai metode yang paling tepat diaplikasikan dalam ilmu-ilmu humaniora (*human science*) yang dihadapkan dengan observasi eksternal yang digunakan dalam ilmu-ilmu alam (*natural science*). Penelitian deskriptif kualitatif beranjak dari paradigma ilmu bahwa satu satunya kenyataan yang dikonstruksikan oleh individu yang terlihat dalam penelitian. Dalam kaitan ini apa yang terungkap sebagai kenyataan-kenyataan, tidak lain berupa kenyataan lain yang dikontruksi dan dipahami penulis dengan segenap asumsi keyakinan dan penafsiran-penafsiran tim peneliti yang bersifat subyektif. Penelitian ini juga bersifat eksporatif inferensial yang bertujuan untuk menggali dan menemukan

kesimpulan-kesimpulan umum yang ditarik secara sistematis dari tema-tema khusus.[7].

[7] V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PT. Pustaka Baru: Yogyakarta. Hal.31-35.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Pembukaan Jurusan Baru

Suatu perguruan tinggi merupakan salah satu sarana dalam penyelenggaraan serta pengembangan pendidikan yang dapat meningkatkan mutu kehidupan suatu masyarakat. Sistem pendidikan nasional harus dapat menjamin pemerataan dari kesempatan memperoleh peningkatan mutu pendidikan untuk dapat menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan baik bersifat lokal maupun nasional.

Perguruan tinggi dalam hal ini merupakan suatu harapan untuk dapat meningkatkan kualitas kehidupan manusia Indonesia seutuhnya. Di Indonesia sendiri memiliki banyak perguruan tinggi yang memiliki banyak jenjang (strata). Bentuk perguruan tinggi di Indonesia memiliki ragam, baik yang bersifat akademi, poltek kemudian sekolah tinggi, institut maupun universitas. Kemampuan untuk

dapat menjaring mahasiswa akan sangat banyak tergantung dari tersampaikannya data maupun informasi serta penyampaian informasi promosi berupa produk ataupun jasa pendidikan yang kemudian dapat dikenali sebagai targer pasar yang menjadi calon konsumennya nanti. [8]

Landasan pengajuan pembukaan jurusan akan dilaksanakan setelah melalui beberapa tahapan, mekanisme yang pertama untuk dilaksanakan adalah mengajukan usulan pembukaan jurusan yang kemudian untuk diberikan pertimbangan pemberian izin penyelenggaraannya dengan didahului oleh studi atau kajian kelayakan administratif dan akademik.

Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan dalam melakukan studi atau kajian kelayakan administratif dan akademik, diantaranya adalah:[9]

1. Adanya peluang atau prospek pekerjaan yang nyata bagi lulusan (alumni) dari suatu jurusan sehingga

---

[8] Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2004). *Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi (HELTS) 2003-2010: Menuju Sinergi Kebijakan Nasional.* Dirjen Dikti: Jakarta. Hal. 23-27.

[9] *Ibid.* Hal. 35.

ketika lulusan (alumni) tersebut nanti dinyatakan lulus dan menyandang gelar sarjana tidak menjadi sarjana pengangguran.

2. Pembukaan jurusan baru harus memperhatikan keadaan situasi lingkungan, dengan kata lain jurusan baru tersebut harus memperhatikan kondisi sekitar terutama jurusan yang sejenis, agar tidak terjadi persaingan yang tidak sehat antar perguruan tinggi lain.
3. Pembukaan jurusan baru harus dapat memberikan jaminan peningkatan pemanfaatan sumber daya insani pendidikan yang ada.
4. Pembukaan jurusan baru sangat diharapkan tidak mengakibatkan adanya gejolak internal sehingga pada akhirnya nanti tidak akan menurunkan mutu pendidikan.
5. Pembukaan jurusan baru memerlukan relokasi sumber daya perguruan tinggi yang maksimal.

6. Pembukaan jurusan baru diharapkan memperhatikan aspek finansial serta sejalan dengan visi dan misi yang telah ditetapkan.

Sebagaimana diketahui bersama bahwa perguruan tinggi merupakan suatu lembaga pendidikan formal yang memiliki fungsi dan tujuan utama dalam menyelenggakan pendidikan, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan yang bermutu merupakan konsep yang harus dapat memenuhi spesifikasi akademik yang telah ditetapkan serta konsisten dan sesuai dengan yang telah direncanakan.

Dengan demikian, layanan mutu di jurusan baru nanti pada hakikatnya adalah merupakan suatu proses penetapan serta pemenuhan standar mutu pengelolaan jurusan yang secara konsisten dan berkelanjutan, sehingga seluruh pengguna (*users)* serta pihak yang terlibat (*stakeholders)* dapat memperoleh kepuasan.

Dilihat dari sudut pandang prosesnya, perguruan tinggi khususnya jurusan atau program studi dapat dilihat sebagai sarana industri dibidang jasa, yang dalam hal ini proses outputnya adalah menghasilkan alumni yang sesuai

serta memenuhi kebutuhan pengguna (*users*), dapat dikatakan itulah inti keberhasilan dalam bidang pendidikan. Melalui proses pendidikan dapat dikembangkan berbagai segi kehidupan manusia (sumber daya insani) seutuhnya.

Kepuasan dari pengguna (*users*) dan pihak yang terlibat (*stakeholders*) akan meliputi beberapa tingkatan. Tingkat pertama adalah *pelanggan primer* yaitu penerima dan pengguna jasa langsung dari perguruan tinggi yakni adalah peserta didik (mahasiswa). Tingkat kedua adalah *pelanggan sekunder* yaitu pihak yang berkepentingan dari suatu jasa perguruan tinggi dalam hal ini adalah jurusan atau program studi yang dalam hal ini tidak berkepentingan langsung terhadap proses pendidikan yaitu orang tua/ wali mahasiswa, pemerintah serta dinas terkait. Selanjutnya yang terakhir adalah *pelanggan tersier* yaitu pihak yang menerima dan mempergunakan dari industri jasa perguruan tinggi/ fakultas/ jurusan/ program studi secara tidak langsung yaitu dunia kerja profesional (perusahaan/ lembaga/ instansi).[10]

---

[10] *Ibid*. Hal. 47.

B. *Positioning* (Penempatan Posisi)

Perkembangan dinamika dunia yang sangat mengglobalisasi saat ini menyebabkan persaingan sulit untuk dapat diprediksi. Dalam hal pengguna lulusan perguruan tinggi saat ini, dituntut untuk dapat cepat tanggap menyeleksi calon karyawan/ sumber daya insani yang memiliki kecakapan serta kemampuan dalam bidang pekerjaan. Di sektor dunia pendidikan sendiri saat ini, makin banyak perguruan tinggi yang saling berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik baik kepada para mahasiswa, *stakeholders* maupun *users* baik di bidang pelayanan akademik maupun non akademik. Di era *disruption* seperti saat ini, perguruan tinggi diharapkan untuk terus memberikan layanan yang berkualitas sehingga diharapkan proses akhirnya nanti memiliki daya saing khususnya di bidang pendidikan.

Namun sisi lain, kualitas di bidang pendidikan yang baik belum cukup untuk dapat memenangkan persaingan kualitas dengan perguruan tinggi yang lain. Hal tersebut dikarenakan kualitas jasa pendidikan yang baik harus

dikomunikasikan kepada para pasar sasarannya, yang sehingga dapat diketahui serta dikenal keberadaannya.

Istilah *positioning* merupakan kalimat yang tepat untuk dapat menggambarkan serta menjelaskan dari pengembangan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Diharapkan setelah mengetahui dan memahami letak posisi jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf di harapkan dapat diketahui dibenak para calon mahasiswa dan mahasiswi yang ingin memperdalam pengetahuan khususnya di bidang manajemen dan wakaf.[11]

Positioning sendiri memiliki makna dan arti sebagai suatu bagian dari proses strategi pemasaran. *Positioning* merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan sehingga menempati tempat yang berbeda dan memiliki nilai yang berbeda di mata konsumen. Arti kata *positioning* merupakan suatu tindakan yang merancang tawaran serta citra tawaran sehingga diharapkan dapat memiliki

[11] Ujang, Sumarwan, dkk. (2010). *Pemasaran Strategik Perspektif Value Base Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press. Hal. 45-57.

penempatan (posisi) yang berbeda/ unik/ khas dibandingkan dengan para pesaing di dalam benak pelanggan sasarannya.[12]

Jika dibandingkan dengan strategi perusahaan, *positioning* merupakan suatu kegiatan meneliti dan mengidentifikasi posisi, serta memutuskan untuk mengambil posisi yang sama dengan posisi pesaing serta mencari kesempatan untuk mengambil posisi pesaing.

Positioning sendiri jika di persepsikan kedalam dunia pendidikan memiliki arti dan makna sebagai citra dari perguruan tinggi yang menawarkan jasa pendidikan yang pada akhirnya nanti kemudian *stakeholders* mengerti dan menghargai apa yang ditawarkan oleh perguruan tinggi tersebut. *Positioning* sendiri merupakan proses membangun persepsi suatu hasil dengan hasil yang lain. *Positioning* memegang peran yang sangat besar dan penting dalam strategi mengenalkan suatu produk di dalam proses pemasaran.

---

[12] Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Sebelas, Bahasa Indonesia. PT. Indeks: Jakarta. Hal. 76.

Positioning dapat diartikan sebagai langkah dasar dalam menentukan tujuan dan pengembangan, terutama dalam strategi memasarkan atau mengenalkan suatu produk. Di dalam menentukan target pasar pun diperlukan unsur kehati-hatian, karena menyangkut merk (*brand*), dalam hal ini yaitu nama baik dari institusi perguruan tinggi. Ada suatu teori yang menyebutkan bahwa untuk dapat mempertahankan suatu eksistensi suatu perguruan tinggi, maka diharuskan untuk dapat menawarkan suatu produk atau atau dalam hal ini jurusan yang berbeda dengan jurusan lain yang sudah berdiri sebelumnya.

Dengan kata lain, jurusan baru yang dibuka diharapkan dapat memberikan atau minimal menawarkan tingkat derajat dari status sosial yang baik serta memperoleh tawaran pekerjaan dari perusahaan/ lembaga atau instansi yang terkait dengan jurusan tersebut. Disisi lain, walaupun *positioning* bukan merupakan sesuatu yang dilakukan oleh produk, namun *positioning* dapat diartikan sebagai bagian dari rangkaian komunikasi yang berhubungan dengan

atribut-atribut secara fisik maupun non fisik yang melekat pada produk suatu output.

Dengan kata lain *positioning* merupakan suatu strategi yang harus terus dievaluasi, dikembangkan, dipelihara serta dibesarkan serta tindakan yang dapat merancang tawaran dan citra perusahaan serta jurusan atau program studi sehingga dapat menempati posisi yang spesifik jika dibandingkan dengan para kompetitor yang terdapat di benak target sasaran pencapaiannya.

Dikaitkan dengan korporasi, strategi *positioning* yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan pemasaran produknya, meliputi:

1) Penentuan posisi menurut atribut. Penentuan posisi tersebut akan menonjolkan ciri (atribut) dari suatu produk yang telah unggul jika dibandingkan dengan para pesaingnya.
2) Penentuan posisi menurut kategori produk. Memiliki pengertian produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu kategori produk.

3) Penentuan posisi menurut manfaat. Produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu manfaat tertentu atau bahkan akan dikaitkan dengan manfaat lebih yang diberikan dari suatu produk.
4) Penentuan posisi menurut pemakai. Hal tersebut dikaitkan dengan sejumlah kelompok pemakai atau dengan kata lain produk lebih ditujukan pada suatu komunitas.
5) Penentuan posisi menurut pesaing. Produk menonjolkan merk secara komprehensif serta di posisikan lebih baik dari para pesaing.

Di dalam pembentukan *positioning*, target *positioning* dapat menciptakan persepsi terhadap produk serta dapat mencari berbagai informasi yang dapat mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan. Perusahaan yang akan melakukan *positioning*, dapat dipastikan akan mengeluarkan penempatan produk yang jelas serta akan lebih unggul dalam benak target pelanggan.

Penentu kesuksesan dari *positioning* sendiri terletak pada kemampuan dari suatu perusahaan dalam menciptakan persepsi yang diinginkan oleh perusahaan, persepsi pelanggan serta cara pandang dari pesaing tersebut. Penentuan posisi dari para pesaing merupakan tahapan penting yang digunakan dalam proses mencari dan mengetahui bagaimana pelanggan dapat membedakan perusahaan diantara para pesaingnya. Oleh karena itu, untuk dapat memutuskan serta memposisikan perusahaan adalah dengan memilih konsep *positioning*.

Konsep *positioning* dapat dipahami sebagai suatu keseluruhan yang dapat dimengerti serta dipahami oleh konsumen dalam hubungannya dengan kebutuhan serta preferensi. Beberapa alternatif penyesuaian yang dapat digunakan dalam konsep *positioning*, adalah:[13]

1) Atribut. Dapat menghubungkan produk dengan menggunakan satu atau lebih dari atribut serta

[13] Carol F. Gwin & Carl R. Gwin. *Product Attributes Model: A Tool for Evaluating Brand Positioning*. Journal of Marketing Theory and Practice . Volume 11, 2003 - Issue 2. Published online: 02 Dec 2015. https://doi.org/10.1080/10696679.2003.11658494. Hal. 30-42.

tampilan produk atau manfaat bagi konsumen untuk mengetahui posisi produk di luar.

2) Penggunaan. Strategi tersebut akan memposisikan merek berdasarkan bagaimana suatu produk dapat menghubungkan dengan suatu manfaat khusus.
3) Harga atau Kualitas. Menggunakan harga sebagai petunjuk kualitas yang lebih tinggi sebagai pencerminan dengan banyaknya keistimewaan atau pelayanan yang diberikan.
4) Pengguna Produk. Akan menghubungkan suatu produk dengan orang perorangan atau sekelompok pemakai atau akan berfokus pada pengguna yang akan menggunakan produk.
5) Kelas Produk. Menghubungkan suatu produk dengan produk yang lain didalam kelas produk yang serupa dengan yang berada di pasar.
6) Persaingan. Proses pengidentifikasian produk dengan menggunakan pesaing sebagai titik proses acuan serta strategi tersebut akan secara eksplisit akan

memposisikan merek melawan produk dari para pesaing.

Posisi nilai produk dapat mengalami perubahan sejalan dengan benak dari para target pasaran, perubahan pilihan serta strategi pesaing. Oleh karena itu, keputusan penentuan posisi harus memiliki keterkaitan dengan program pemasaran guna memperoleh umpan balik dari pelanggan sesuai dengan hasil yang diharapkan.

Hasil dari analisa dapat membantu dari para pesaing dalam me-*recheck* kembali respon target pasar dengan menggunakan metode: [14]

1) Kajian kompetitor dan pelanggan. Untuk mengetahui keinginan konsumen serta bagaimana dapat merespon kegiatan pemasaran yang diberikan sehingga dapat memperoleh gambaran melalui proses preferensi pilihan dari para pembeli.

---

[14] Maringe, F. (2006). *University and course choice: Implicatins for positioning, recruitment and marketing.* International Journal of Educational Management, 20 Hal. 6-7.

2) Latihan Pasar. Dilakukan dengan produk baru serta melalui pengujian pasar.

Keunggulan bersaing berasal dari kemampuan untuk dapat menghasilkan suatu nilai bagi yang ingin mendapatkannya. Nilai sendiri merupakan apa yang diperoleh oleh pembeli dari prosentase pembayaran yang dibayarkan serta point yang utama diperoleh dengan memberikan penawaran harga yang sama nilai manfaatnya.

Philip Kotler memberikan penilaian dalam mengidentifikasi keunggulan bersaing apabila dinilai memiliki kriteria sebagai berikut:[15]

1) Penting. Dirasakan oleh konsumen jika terdapat perbedaan yang dapat memberikan manfaat yang sangat bernilai bagi pembeli sasaran.
2) Khas atau Pembeda. Pesaing tidak menawarkan perbedaan atau dapat memberikan penawaran yang khas.

[15] Philip Kotler. *ibid*. Hal. 83.

3) Superior atau Unggul. Perbedaan keunggulan terhadap cara lain yang dirasakan dapat memberikan manfaat.
4) Dapat Dikomunikasikan. Perbedaan yang dapat disampaikan serta dapat divisualisasikan oleh *buyers*.
5) Pelopor atau Mendahului. Kompetitor dianggap tidak dapat membuat produk yang sejenis.
6) Harga Terjangkau. *Buyers* dapat membayar perbedaan tersebut, serta dapat mendatangkan laba, sehingga dirasakan dapat menyesuaikan segala perbedaan-perbedaan tersebut.

Namun terlepas dari beberapa pendapat yang menyatakan bahwa unsur *positioning* merupakan cara efektif untuk dapat mengetahui penempatan posisi. Menurut kotler dan amstrong menyatakan bahwa terdapat beberapa point kesalahan-kesalahan dalam unsur *positioning*, diantaranya adalah :

1) *Underpositioning.*

Penentuan posisi yang kurang sehingga konsumen tidak melihat sesuatu yang khusus dan melihat merek tersebut hanya sebagai pelaku yang baru masuk ke lingkup lingkungan pasar yang sedang mengalami kelesuan (jenuh).

2. *Overpositioning.*

   Kegiatan yang dilakukan dianggap berlebihan sehingga calon target pasar memiliki deskripsi atas gambaran yang sempit atas suatu merek.

3. *Confused positioning.*

   Target sasaran memiliki suatu citra yang dianggap membingungkan terhadap suatu merek karena korporasi dianggap mengubah positioning.

4. *Doubtful positioning.*

   Target sasaran merasa sulit untuk mendapatkan kepercayaan atas pernyataan suatu merek yang diakibatkan karena fitur produk produk tersebut dianggap meragukan, termasuk harga dan korporasi.

Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra, implementasi *positioning* sendiri terdiri dari 3 (tiga) langkah utama dimana antara yang satu dengan yang lain saling terkait erat, diantaranya adalah:

1) Memilih konsep positioning. Dalam rangka memposisikan suatu hasil produk maupun organisasi, tim pemasar harus dapat mengidentifikasi apa yang dianggap penting bagi pasar sasaran.

   Selanjutnya adalah tim pemasar dapat melakukan suatu penelitian mengenai penempatan posisi untuk dapat menentukan persepsi pasar sasaran terhadap berbagai produk atau pemasok berdasarkan dimensi yang digunakan.

2) Merancang dimensi atau atribut yang paling efektif terutama dalam mengkomunikasikan letak posisi. Atribut merupakan karakteristik yang mempresentasikan sesuatu hal. Atribut akan menjadi suatu kriteria dalam memberikan penilaian terhadap penilaian dari suatu jurusan atau program studi. Pertimbangan-pertimbangan tersebut dilakukan

karena atribut yang digunakan dapat dipercaya serta merupakan faktor penting dalam yang akan digunakan target dari pencapaian sasaran.

3) Mengkoordinasikan komponen bauran pemasaran untuk menyampaikan pesan secara konsisten. Semua elemen bauran pemasaran dalam hal ini harus mendukung letak dari posisi yang diharapkan. Dengan banyaknya *positioning* dari produk yang gagal yang diakibatkan akan adanya ketidaktetapan sehingga pada akhirnya dianggap membingungkan pelanggan. Sehingga diharapkan pihak yang terkait harus dapat memantau posisi dan bila mana perlu maka perlu dilakukan kembali penempatan posisi agar yang terkait dapat mempertahankan persepsi unik dan superior dibenak konsumen.

Umumnya strategi perusahaan yang terpilih dan dipilih akan meliputi:

1) *Atribute Positioning*

Akan terkait dengan penempatan posisi diri berdasarkan atribut atau fitur fitur yang spesifik.

2) *Benefit Positioning*

Hasil akhir akan diposisikan sebagai pemimpin dalam manfaat tertentu.

3) *Use or Application Positioning*

Hasil akhir diposisikan sebagai alternatif terbaik untuk dalam situasi pemakaian tertentu.

4) *User Positioning*

Hasil akhir akan ditempatkan sebagai pilihan terbaik bagi kelompok pemakai tertentu.

5) *Competitor Positioning*

Klaim bahwa hasil akhir akan dikaitkan dengan posisi persaingan terhadap para pesaing yang utama.

6) *Product Category Positioning*

Produk diposisikan sebagai pemimpin dalam kategori hasil akhir tertentu.

7) *Quality or Price Positioning*

Pihak terkait akan menghasilkan gambaran yang berkualitas tinggi melalui harga yang jelas dan sesuai dengan standar yang ada.

8) *Parentage Positioning*

Penempatan posisi akan didasarkan pada siapa produsen penciptanya.

9) *Manufacturing Process Positioning*

Akan lebih menitik beratkan kepada ketelitian, ketelitian serta kesempurnaan hasil akhir.

10) *Ingredient Positioning*

Merupakan konsep penempatan posisi yang menekankan kepada kualitas bahan, unsur dasar maupun komponen yang digunakan

11) *Endorsement Positioning.*

Akan menekankan kepada pakar atau selebriti yang sudah dikenal.

12) *Pro-environment Positioning*

Konsep yang menggambarkan pihal yang terkait sebagai suatu warga (penduduk) yang baik.

Dengan kata lain, ketika jurusan ataupun program studi pada suatu perguruan tinggi akan mengenalkan atau menginformasikan suatu jurusan ataupun program studi yang baru pada suatu fakultas, diharapkan jurusan ataupun program studi tersebut membuka jurusan ataupun program studi yang memiliki diferensiasi yang berbeda, yang tentunya dibutuhkan oleh stakeholders ataupun users. Citra yang akan dibangun oleh jurusan ataupun program studi harus dapat mencerminkan karakter daripada perguruan tinggi tersebut. *Positioning* dalam hal ini harus dapat membuat hubungan yang baik sehingga tujuan akhir yang diharapkan adalah dapat memperkuat posisi tawar target sasaran dan secara psikologis akan menempatkan posisi pada tempat yang lebih baik dalam memperkuat pasar. Proses identifikasi suatu perangkat keunggulan bersaing akan terdapat pada proses positioning dimana positioning tersebut telah

dibangun. Proses tersebut akan diikuti dengan cara komunikasi serta penyampaian posisi yang yang dipilih kembali oleh pasar.[16]

Dengan menerapkan *positioning*, jurusan ataupun program studi dapat menanamkan di benak calon mahasiswa yang akan mendaftar, bahwa jurusan ataupun program studi yang akan dipilih nanti sesuai dengan keinginan maupun cita-cita di masa mendatang.

C. Minat (*Animo*)

Mahkluk hidup secara alamiah dan naluriah akan mempunyai rasa ketertarikan serta minat terhadap segala sesuatu, hal tersebut dapat berupa sesuatu yang dilihat maupun diamati secara langsung dari lingkungan yang berada di sekitarnya maupun yang ada dalam khayalannya (imaginasi).

Keinginan untuk dapat memiliki dan mengerjakan sesuatu yang dianggap diminati akan membuat manusia tersebut dituntut untuk dapat berfikir inovatif serta berupaya

[16] *ibid*. Hal. 95.

untuk dapat mencari celah untuk dapat memperoleh apa yang diinginkan.

Minat (animo) serta kecenderungan manusia terhadap sesuatu, baik yang bersifat positif maupun negatif, dalam hal ini tentu akan dipengaruhi oleh latar belakang seseorang tersebut baik ditinjau dari faktot sosial, pendidikan maupun keluarga. Hasrat atau keinginan untuk mencapai apa yang diinginkan seringkali disertai dengan daya dan upaya yang sungguh-sungguh untuk tujuan mendapatkannya. Namun terkadang tidak jarang, hal tersebut hanya sekedar memimpikannya saja karena terdapat banyak alasan serta hal-hal yang seperti sulit untuk dapat dicapai dengan berbagai alasan yang ada.

Terdapat banyak referensi yang memuat kata minat dalam literatur-literatur. Secara harfiah, minat (animo) dapat memiliki arti sebagai kesukaan (kecenderungan hati) terhadap segala sesuatu ataupun keinginan. Minat (animo) dapat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat (animo) merupakan suatu sifat yang sangat besar sekali dampaknya terhadap suatu kegiatan atau

tindakan seseorang, dengan memiliki minat, maka seseorang tersebut akan melakukan sesuatu terhadap yang diminatinya tersebut. Namun, sebaliknya jika seseorang tersebut tidak memiliki minat (animo) maka tidak mungkin seseorang tersebut akan mengerjakan apa yang diminatinya.

Minat (animo) merupakan suatu motivasi intrinsik yang dapat dikatakan sebagai suatu tenaga penggerak dalam melakukan tindakan (kegiatan) dengan penuh sumber daya, dimana kegiatan tersebut adalah merupakan suatu proses dari pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran serta akan menghadirkan perasaan senang.

Terdapat definisi lain yang menyebutkan tentang kata minat (animo) yaitu suatu keadaan dimana seseoarang akan menaruh perhatian terhadap sesuatu serta akan diikuti keinginan mengetahui serta membuktikan. Dengan kata lain, minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk dapat melakukan apa yang mereka inginkan bila ingin bebas untuk memilih. Kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan serta mengingat berbagai kegiatan. Kegiatan yang dilakukan mahasiswa suatu program studi

atau jurusan akan disimak serta diperhatikan secara kontinu maka akan memperoleh kepuasan, jika dihubungkan maka minat merupakan rasa suka dan ketertarikan, tanpa ada orang lain yang memaksa untuk melakukan sesuatu.

Jika ditinjau lebih lanjut, maka kata minat (animo) merupakan suatu penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dari diri sendiri. Semakin kuat atau tidaknya hubungan tersebut, maka akan semakin besar pula minat (animo) nya. Dengan kata lain kegiatan yang diminati akan diperhatikan secara terus menerus dengan disertai rasa senang, suka serta sayang. Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang akan menunjukkan bahwa calon mahasiswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, sehingga dapat dipersepsikan melalui partisipasi dalam suatu kegiatan.

Seseorang yang memiliki minat yang tinggi terhadap suatu subjek tertentu akan lebih cenderung memberikan perhatian (atensi) yang tinggi terhadap suatu subjek tertentu tersebut. Terdapat beberapa sikap yang dapat menjelaskan

bahwa mahasiswa dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengukur minat calon mahasiswa :

a. Perasaan Tertarik

Perasaan tertarik adalah perasaan senang atau menaruh perhatian pada sesuatu. Jadi perasaan tertarik merupakan langkah awal dari minat seseorang individu terhadap sesuatu, sehingga seseorang yang menaruh minat terhadap sesuatu akan tertarik terlebih dahulu terhadap sesuatu.

b. Perasaan Senang

Perasaan senang merupakan unsur yang tidak kalah penting bagi seseorang terhadap sesuatu yang diinginkannya. Suatu perasaan didefinisikan sebagai suatu gejala psikis yang bersifat subjektif yang pada umumnya akan berhubungan dengan gejala-gejala mengenal dan dialami oleh kualitas senang atau tidak dalam berbagai keadaan. Setiap aktifitas dan pengalaman yang dilakukan akan selalu diliputi oleh suatu perasaan, baik perasaan senang maupun tidak senang. Prasangka perasaan pada umumnya akan

bersangkutan dengan fungsi mengenal, artinya perasaan dapat timbul karena mengamati, menganggap, mengingat-ingat serta memikirkan sesuatu.

c. Perhatian

Perhatian adalah keaktifan peningkatan fungsi jiwa yang diarahkan dalam pemusatannya kepada barang atau individu. Sesuatu itu dapat berupa satu hal yang ada pada diri sendiri individu maupun diluar individu. Perhatian merupakan pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu terhadap suatu objek atau pendayagunaan kesadaran untuk dapat menyertai suatu aktifitas. Aktifitas yang disertai dengan perhatian intensif akan lebih sukses dan lebih mudah mencapainya. Mahasiswa yang memiliki minat untuk melanjutkan studi ke perguraun tinggi akan memberikan perhatian yang lebih besar terhadap seluruh mata kuliah yang akan dipelajari nanti. Calon mahasiswa tersebut akan menyelesaikan seluruh waktu dan tenaga untuk dapat mempelajari seluruh mata

kuliah yang diminatinya. Mahasiswa tersebut akan berusaha keras untuk memperoleh nilai mata kuliah yang bagus, sehingga mahasiswa tersebut dapat diterima pada perguruan tinggi yang ingin dituju. Mahasiswa tersebut juga akan berusaha untuk mencari informasi yang terkait dengan perguruan tinggi yang akan dituju termasuk Fakultas berikut Program Studi/ Jurusan.

d. Partisipasi

Partisipasi adalah peran serta atau keikutsertaan dalam suatu kegiatan dari seseorang maupun kelompok. Partisipasi merupakan keikutsertaan mahasiswa baik dalamproses pembelajaran dikelas maupun dalam proses mencari informasi terkait universitas, fakultas serta program studi/ jurusan yang tepat sebagai suatu tempat dimana mahasiswa tersebut akan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Mahasiswa yang memiliki minat untuk melanjutkan studi pada perguruan tinggi tertentu akan melibatkan dirinya dan berpartisipasi aktif dalam hal-hal yang terkait dengan

kegiatan pendidikannya sehingga diharapkan akan dapat mampu bersaing dengan mahasiswa yang lain dari berbagai demografis yang sama. Partisipasi aktif dari mahasiswa dalam proses melanjutkan studi pada perguruan tinggi akan dapat dilihat dari sikap mahasiswa yang aktif serta partisipatif. Keinginan merupakan suatu kehendak ataupun kemauan seseorang atas sesuatu, dalam hal ini mahasiswa yang memiliki minat untuk dapat berusaha belajar dengan baik maka mahasiswa tersebut akan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi serta memiliki kesadaran untuk dapat belajar tanpa ada paksaan maupun suruhan.

D. Klasifikasi Minat

Klasifikasi minat seseorang terhadap sesuatu akan dapat terlihat dari berbagai aspek yang telah dimiliki oleh seseorang. Berbagai sikap dan perilaku dari seseorang terhadap sesuatu yang diminati akan menggambarkan

seberapa besar minat seseorang terhadap sesuatu hal yang diminatinya tersebut.

Klasifikasi minat dapat dilihat dari beberapa aspek klasifikasi minat seseorang terhadap sesuatu, diantaranya adalah:[17]

1. Minat (animo) dapat menimbulkan sikap positif terhadap suatu obyek
2. Adanya suatu obyek yang menyenangkan dapat timbul dari suatu obyek
3. Mengandung suatu prestasi dapat menimbulkan keinginan atau hasrat untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan untuk memperoleh sesuatu yang kemungkinan menjadi minatnya

Disisi lain terdapat juga pendapat yang mengemukakan mengenai karakteristik mengenai minat (animo), yaitu :

---

[17] Kasmir dan Jakfar. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Kedua. Penerbit Kencana Prenada Media Group: Jakarta. Hal. 66.

1. Terkandung rasa suka dan tertarik terhadap sesuatu obyek
2. Adanya suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang berada di luar diri
3. Ekspresi minat dapat dituangkan kedalam suatu pernyataan
4. Minat dapat dideskripsikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas
5. Minat tidak dapat dibawa sejak lahir melainkan baru akan diperoleh kemudian melalui pengalaman
6. Minat dapat dipelajari lebih lanjut

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diterangkan bahwa minat memiliki karakteristik yang dapat memperlancar untuk dapat melihat data serta mengenali dari minat (animo) seseorang terhadap sesuatu objek. Minat tidak dapat dibawa dari lahir, melainkan dapat dipelajari pada masa pertumbuhan serta perkembangan seseorang.

Klasifikasi minat (animo) dapat menimbulkan objek atau kegiatan yang diminatinya, bukan berdasarkan

kesenangan namun berdasarkan kepada rasa suka dan kebutuhan seseorang. Suatu minat yang baik, akan berasal dari dalam diri seseorang, bukan berasal dari paksaan maupun pengaruh maupun dorongan dari orang lain.

E. Kegunaan Pembentukan Minat (Animo)

Minat (animo) merupakan salah satu *item* yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang gigih, serius serta tidak mudah putus asa dan menyerah dalam menghadapi tantangan. Jika seorang mahasiswa memiliki keinginan dan memiliki kecenderungan untuk dapat melanjutkan ke pendidikan yang lebih tinggi, bisa dapat dipastikan mahasiswa tersebut akan belajar dengan segala upaya untuk mencapai yang maksimal.

Minat memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Minat merupakan suatu bentuk dan pola yang akan mempengaruhi dari intensitas cita-cita.

Ketika seseorang memiliki semangat dan minat terhadap kecenderungan mata kuliah tertentu, maka orang tersebut akan memiliki perasaan suka dan senang, ketika orang tersebut mempelajari bidang mata kuliah yang diminati tersebut.

2. Minat merupakan tenaga pendorong yang kuat

Minat seorang mahasiswa untuk dapat menguasai mata kuliah tertentu akan dapat mendorong seseorang untuk belajar secara maksimal tanpa adanya perasaan terpaksa. Ketika seseorang memiliki keinginan, minat dan kecenderungan untuk melanjutkan studi pada perguruan tinggi, maka tentunya mahasiswa yang akan melanjutkan studi tersebut akan berupaya dengan sekuat tenaga agar diterima sebagai mahasiswa pada perguruan tinggi tersebut.

3. Prestasi akan dipengaruhi oleh jenis dan minat mahasiswa

Minat akan dapat mempengaruhi prestasi mahasiswa di perguruan tinggi/ kampus. Seorang mahasiswa yang memiliki minat dalam mata kuliah tertentu

biasanya hasil akademiknya seringkali akan melampaui mahasiswa lain yang tidak memiliki kecenderungan atau minat pada mata kuliah yang sama.

4. Minat yang terbentuk dari semenjak kecil akan sampai pada seumur hidup karena minat yang membawa kebahagiaan

   Minat yang telah terbentuk sejak kecil akan terus terbawa sampai mimpinya tersebut menjadi kenyataan. Akan tetapi sebaliknya, jika minat tersebut tidak dapat terwujud maka dapat menjadi obsesi yang akan dibawa sampai kematian.

Minat memiliki dampak pengaruh yang sangat besar terhadap proses belajar seorang mahasiswa, karena apabila bahan materi pelajaran yang dipelajari tidak sesuai dengan minat mahasiswa maka mahasiswa tersebut akan tidak belajar dengan sungguh-sungguh, sebab akan memiliki dampak tidak adanya daya tarik bagi mahasiswa tersebut. Namun sebaliknya apabila bahan pelajaran mahasiswa

tersebut menarik minat bagi mahasiswa tersebut maka, suatu bahan pelajaran akan mudah untuk dipelajari serta disimpan karena mahasiswa yang bersangkutan memiliki minat sehingga akan memberikan dampak semangat yang besar dalam kegiatan belajar mahasiswa tersebut.

Kegunaan minat dalam belajar akan lebih besar serta dapat dikatakan sebagai kekuatan motivasi yaitu suatu kekuatan yang mendorong mahasiswa untuk dapat lebih belajar. Mahasiswa yang memiliki minat yang tinggi terhadap suatu mata pelajaran akan terdampak pada kualitas mahasiswa tersebut terutama dapat dilihat hasilnya dengan intens untuk tekun belajar. Sehingga mahasiswa yang demikian tersebut akan berbeda dengan mahasiswa lainnya yang hanya menerima pelajaran semata. Mereka hanya akan tergerak apabila ada faktor pendorongnya semata. Oleh karena itu, maka untuk dapat memperoleh hasil yang optimal atau maksimal dalam proses belajar disamping mahasiswa tersebut memiliki minat terhadap suatu pelajaran tertentu, mahasiswa tersebut juga harus terlebih dahulu

memiliki minat terhadap jurusan atau program studi yang akan dipilihnya nanti.

Disisi lain, minat terhadap melanjutkan studi pada jenjang yang lebih tinggi merupakan suatu kondisi dimana seseorang (calon mahasiswa) menaruh perhatian (*interest*) serta rasa ketertarikan pada proses pembelajaran (pendidikan) serta diikuti dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari serta membuktikan dengan cara memilih dari salah satu lembaga pendidikan serta melaksanakan semua kegiatan yang terdapat didalamnya. Minat seorang calon mahasiswa terhadap pekerjaan akan sangat mempengaruhi terhadap besarnya minat (animo) mahasiswa tersebut pada kegiatan pendidikan.

Minat (animo) merupakan suatu ketertarikan yang dibentuk dalam hubungannya dengan objek. Pembentukan minat dapat dilakukan dengan proses sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi yang sedalam-dalamnya, baik yang memiliki keuntungan maupun kerugian yang diakibatkan oleh suatu obyek yang dimaksud.

Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman baik yang bersifat pengalaman langsung maupun pengalaman yang tidak langsung.

2. Menyerahkan stimulus dengan cara memberikan penghargaan (*reward)* berupa hadiah barang maupun yang bersifat non materi seperti : sanjungan, pujian yang dilakukan oleh individu yang terkait dengan suatu obyek
3. Mendekatkan individu terhadap suatu obyek dengan cara membawa individu tersebut kepada obyek maupun sebaliknya dengan mengikuti individu tersebut pada suatu aktivitas yang dilakukan oleh obyek yang dimaksud tersebut
4. Memperoleh pengalaman dari proses pembelajaran

Mahasiswa dapat menentukan serta memilih suatu lembaga pendidikan untuk melanjutkan studi pada jenjang yang lebih tinggi dimana diperlukan suatu perencanaan yang matang serta memperhatikan minat (animo) yang dimiliki oleh mahasiswa yang bersangkutan tersebut. Perencanaan diperlukan

dengan memperhatikan minat yang dimiliki. Dengan memperhatikan minat yang dimiliki maka mahasiswa yang bersangkutan akan memiliki perasaan (*feeling*) bahagia terhadap bidang pendidikan yang sesuai dengan keahlian dan jurusan dimana mahasiswa tersebut menimba ilmu pada perguruan tinggi.

Minat (animo) memiliki peranan yang sangat penting terhadap proses perkembangan belajar seorang mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki minat pada suatu bidang studi tertentu, akan lebih berusaha lebih keras dalam menekuni bidang studi tersebut.

Dapat diambil suatu hipotesa, bahwa seseorang (mahasiswa) dibutuhkan minat dan kecenderungan yang tinggi yang akan mengarahkan pada suatu bidang yang ditekuni tanpa adanya keterpaksaan dari siapapun. Minat akan mengarahkan seseorang untuk dapat mengukir prestasi dalam berbagai bidang yang disukai. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu hal atau bidang tertentu akan senantiasa mengarahkan potensi dirinya terhadap suatu

bidang tersebut dengan sungguh-sungguh, serius serta bertanggungjawab.

Dapat dikatakan seorang pendidik jika ingin berhasil dalam melakukan kegiatan belajar mengajar dikelas, maka pendidik tersebut harus dapat memberikan stimulus kepada mahasiswa agar mahasiswa yang bersangkutan tersebut dapat memiliki minat dalam mengikuti suatu mata kuliah, sehingga hasil (output) yang diterima adalah mahasiswa yang bersangkutan dapat mengerti dengan mudah, namun sebaliknya jika mahasiswa tersebut merasakan perasaan untuk tidak berminat dalam melaksanakan proses pembelajaran maka mahasiswa tersebut akan merasakan perasaan keterpaksaan serta tersiksa dalam mengikuti mata kuliah yang diberikan oleh seorang dosen. Peran penting dengan adanya minat (animo) akan memberikan suatu kecenderungan yang positif bahwa dengan adanya minat serta kecenderungan yang tinggi maka mahasiswa tersebut dapat melanjutkan studi pada jenjang yang lebih tinggi.

F. Instrumen-Instrumen Minat

Minat akan memiliki 2 (dua) aspek penting, yaitu : aspek kognitif dan aspek afektif. Aspek kognitif merupakan aspek yang didasarkan pada konsep yang dikembangkan dengan memperhatikan minat serta bidang yang disukai. Konsep kognitif tersebut dibangun atas dasar pengalaman pribadi serta apa yang telah dipelajari di rumah, lingkungan sekitar maupun kampus (perguruan tinggi).

Berdasarkan referensi diatas, dapat dijelaskan bahwa mahasiswa akan belajar mata kuliah yang dapat memuaskan kebutuhan minat belajarnya atau tidak bersumber dari kedua aspek tersebut. Yang pertama adalah, akan berkembang menjadi suatu minat serta yang kedua adalah tidak.

Aspek afektif atau bobot emosional konsep yang membangun aspek kognitif minat dapat dinyatakan dalam sikap terhadap suatu aktifitas yang ditimbulkan oleh minat. Seperti halnya aspek kognitif, aspek afektif dapat berkembang dari suatu pengalaman pribadi dari sikap yang orang yang penting, yaitu: dosen, orang tua serta teman di

kelas yang terkait dengan minat (animo) mahasiswa tersebut serta dari sikap yang dinyatakan dalam berbagai bentuk media komunikasi.

Kedua aspek minat (animo) tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:[18]

1. Kesadaran spesifik untuk menyukai kegiatan, yaitu memutuskan untuk dapat menyukai suatu kegiatan atau objek
2. Rasa ingin tahu terhadap kegiatan yang dilakukan serta kepuasan dan benefit dari minat
3. Sikap umum terhadap kegiatan, yaitu perasaan suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju dengan kegiatan, yang pada umumnya terhadap sikap positif atua menyukai kegiatan
4. Merasa senang dengan kegiatan, yaitu individuakan merasa senang dengan segala hal yang terkait dengan kegiatan yang diminatinya tersebut
5. Kegiatan yang memiliki arti atau penting bagi suatu individu/ persona

[18] *Ibid.* Hal. 72.

Dalam hubungannya dengan minat (animo) mahasiswa, maka minat (animo) tersebut dapat diberikan suatu indikator sebagai alat pemantau yang dapat memberikan petunjuk ke arah minat. Ada beberapa indikator mahasiswa yang memiliki minat untuk dapat melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi, hal tersebut dapat dijelaskan melalui proses belajar di kampus maupun ketika mahasiswa berada di luar kampus. Minat merupakan suatu rasa atau perasaan suka atau rasa ketertarikan pada suatu hal atau kegiatan tanpa ada yang menyuruh. Minat (animo) merupakan suatu penerimaan akan suatu keterkaitan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau hubungan tersebut maka akan semakin besar minat (animo).

Suatu minat dapat ditunjukkan melalui suatu pernyataan yang dapat menunjukkan bahwa mahasiswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula diperlihatkan melalui partisipasi dalam suatu kegiatan. Mahasiswa yang memiliki minat (animo) terhadap subjek

tertentu cenderung untuk memberikan atensi yang lebih besar terhadap suatu subjek tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa suatu indikator atau item minat kuliah pada perguruan tinggi yaitu adanya perasaan senang dalam kegiatan belajar mengajar baik bagi mahasiswa maupun dosen. Sikap minat (animo) yang dapat ditunjukkan sebagai mahasiswa sebagai indikator minat (animo) dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Ketertarikan

   Tertarik / Ketertarikan merupakan suatu perasaan senang atau menaruh minat (animo) pada sesuatu. Ketertarikan merupakan suatu bagian awal dari individu (seseorang) yang menempatkan atau menaruh minat, sehingga seseorang tersebut yang menaruh minat (animo) akan terlebih dahulu terhadap sesuatu. Ketertarikan tersebut dikaitkan (dihubungkan) dengan minat (animo) untuk dapat melanjutkan studi pada perguruan tinggi.

2. Perasaan Senang

Ungkapan perasaan merupakan suatu unsur yang tidak kalah penting bagi mahasiswa terhadap minat serta kecenderungan dalam melanjutkan pendidikan studi kejenjang yang lebih tinggi. Hal tersebut tentu saja tidak dapat dilepaskan dari perasaan senang terhadap mata kuliah yang telah diberikan (*transfer of knowledge*) oleh dosen di kampus. Perasaan dapat dirasakan sebagai suatu keluaran psikis yang dapat bersifat subjektif serta pada umumnya dapat berhubungan dengan gejala-gejala mengenal serta dialami oleh kualitas perasaan senang atau tidak seseorang dalam berbagai tingkatan.

Suatu kegiatan atau pengalaman seseorang yang dilakukan serta diliputi oleh suatu perasaan senangmaupun perasaan tidak senang akan terkait dengan fungsi mengenal, artinya adalah suatu perasaan akan timbul jika individu dapat mengamati, menganggap serta memikirkan sesuatu. Jika suatu

individu dapat mengadakan penilaian yang cukup spontan melalui perasaannya mengenai pengalaman belajar di kampus serta keinginannya untuk dapat melanjutkan studi maka penilaian tersebut akan dapatb menghasilkan penilaian yang positif serta akan timbul perasaan senang dihati mahasiswa tersebut. Namun sebaliknya jika penilaian negatif yang muncul maka yang timbul adalah adanya perasaän yang tidak senang (tidak suka).

Suatu perasaan senang akan dapat mengakibatkan minat (animo), yang akhirnya nanti akan diperkuat dengan sikap serta citra yang positif. Sedangkan perasaan tidak senang (tidak suka) akan dapat menghambat dalam proses belajar mahasiswa yang bersangkutan, karena tidak adanya suatu sikap ataupun citra yang positif, sehingga dampak yang ditimbulkan adalah berkurangnya atau tidak adanya minat mahasiswa dalam menuntut ilmu (belajar) serta

tidak ada minat untuk dapat melanjutkan studi pada jenjang yang lebih tinggi (perguruan tinggi).

3. Atensi/ Perhatian

Atensi/ Perhatian adalah merupakan suatu proses untuk dapat mengaktifkan suatu peningkatan fungsi dari ruhani (jiwa) yang kemudian diarahkan kepada pemusatan seorang individu, baik yang berada pada diri seorang individu maupun yang berada di luar individu tersebut. Suatu atensi/ perhatian dalam mengikuti suatu kegiatan merupakan hal yang sangat penting, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap proses mahasiswa dalam belajar di kampus nanti. Definisi atensi/ perhatian merupakan banyak serta sedikitnya kesadaran yang menyertai suatu kegiatan yang telah atau akan dilakukan. Definisi lain menyebutkan bahwa perhatian adalah suatu pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu kepada suatu objek maupun pendayagunaan dari kesadaran untuk dapat menyertai suatu kegiatan (aktivitas).

Kegiatan yang disertai dengan perhatian intensif akan lebih sukses serta prestasinya pun akan lebih tinggi. Maka dari itu sebagai seorang dosen harus selalu berusaha untuk menarik perhatian mahasiswa sehingga mereka mimiki minat terhadap mata kuliah yang diajarkan. Mahasiswa yang menaruh minat pada suatu matakuliah yang diajarkan. Mahasiswa yang menaruh minat pada suatu mata kuliah yang akan memberikan perhatian yang besar. Mahasiswa yang akan menghabiskanbanyakwaktu dan tenaga untuk belajar mata kuliah yang diminatinya. Mahasiswa tersebut pasti akan berusaha untuk belajar mata kuliah yang diminatinya. Mahasiswa tersebut pasti akan berusaha keras untuk dapat memperoleh nilai yang baik dengan cara belajar. Begitu juga ketika mahasiswa memiliki minat dan kecenderungan untuk melanjutkan kuliah, mahasiswa juga akan memberikan perhatian yang lebih untuk belajar semaksimal mungkin sehingga dapat diterima di perguruan tinggi.

4. Partisipasi

Partisipasi adalah peran serta atau keikutsertaan dalam suatu kegiatan. Partisipasi merupakan keikut sertaan mahasiswa dalam proses pembelajaran dan juga dalam berbagai kegiatan yang dapat mendukungnya sehingga dapat diterima pada perguruan tinggi yang akan dipilih. Mahasiswa yang memiliki minat dan kecenderungan untuk dapat melanjutkan kuliah pada perguruan tinggi tertentu akan melibatkan dirinya dan berpartisipasi aktif dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang sesuai dengan apa yang diminatinya. Keterlibatan mahasiswa dalam proses pembelajaran serta aktivitas penunjang lainnya dapat dilihat pada proses pembelajaran yang aktif. Mahasiswa akan aktif untuk mengajukan pertanyaan serta akan mengemukakan pendapatnya. Selain itu mahasiswa akan selalu berusaha terlibat serta turut andil dalam setiap kegiatan.

5. Keinginan/ Kesadaran

Keinginan/ kesadaran merupakan kehendak, kemauan atau hasrat mahasiswa untuk belajar. Mahasiswa yang memiliki minat (animo) untuk melanjutkan kuliah pada Perguruan Tinggi tertentu dapat diprediksikan akan tidak maksimal untuk berusaha belajar dengan baik. Mahasiswa akan memiliki rasa keingintahuan yang besar serta memiliki kesadaran untuk dapat memperoleh ilmu pengetahuan tanpa ada yang memaksa. Indikator minat akan mengakibatkantimbulnya rasa ketertarikan oleh 2 (dua) aspek yaitu: aspek kognitif dan aspek afektifberupa sikap, kesadaran individual, keinginan, perasaan senang, arah kepentingan individu serta adanya ketertarikan yang dapat muncul dari dalam diri individu serta berpartisipasi terhadap apa yang diminati.

Aspek kognitif serta aspek afektif dapat sama-sama memiliki peranan penting. Namun, aspek afektif lebih

dianggap penting daripada aspek kognitif karena terdapat 2 (dua) alasan. *Pertama*, aspek afektif memiliki peran yang lebih besar dalam memotivasi tindakan daripada aspek kognitif. *Kedua*, aspek afektif menjelaskan bahwa minat dapat sekali terbendung untuk dapat dibandingkan dengan aspek kognitif. Secara lebih spesifik, dapat dijelaskan bahwa aspek dalam minat (animo) merupakan aspek yang terbagi atas:

1) Aspek Kognitif

   Aspek kognitif yang terdapat pada minat akan terdiri dari:

   a. Persepsi merupakan suatu proses yang berkaitan dengan masuknya suatu pesan atau informasi ke dalam pikiran manusia. Melalui persepsi, manusia akan terus menerus mengadakan suatu hubungan dengan lingkungan. Disisi lain definisi persepsi adalah suatu proses dimana manusia akan menggunakan persepsi

untuk dapat mengenali serta mengetahui maupun mengorganisasi dan mengartikan pola stimulus dalam suatu lingkungan

b. Perhatian, adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dalam hubungannya dengan pemilihan stimulus yang datang dari lingkungannya. Definisi lain menyatakan bahwa perhatian merupakan kesadaran yang menyertai sesuatu kegiatan yang dilakukan.

2) Aspek Afektif

Aspek afektif yang terdapat pada minat (animo) terdiri dari :

a. Kebutuhan adalah keinginan tertentu yang dapat membangkitkan dan mengarahkan tingkah laku manusia.

b. Sikap merupakan bagian dari minat (animo) dimana terdiri dari komponen

kognitif, komponen afektif dan komponen konatif.

Komponen kognitif merupakan hasil dari perwakilan apa yang diyakini serta dipercayai oleh individu. Komponen kognitif berisi persepsi, kepercayaan serta *stereotype*.

Komponen kognitif dapat dipersamakan dengan suatu pandangan (pola pikir), walaupun di sisi lain dapat juga berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang dianggap benar mengenai objek dari suatu sikap. Konsep kepercayaan akan datang dari apa yang dilihat serta apa yang telah kita ketahui. Sekali kepercayaan tersebut dapat terbentuk, maka akan menjadi fondasi pengetahuan dari seseorang.

Kepercayaan dapat terus berkembang baik melalui pengalaman pribadi, apa yang diceritakan seseorang serta kebutuhan akan emosional diri sendiri. Komponen afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Komponen perilaku akan beraksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Kemudian dapat dijelaskan pula bahwa

cara berperilaku tertentu dalam situasi tertentu serta terhadap rangsangan tertentu akan ditentukan oleh kepercayaan dan perasaannya terhadap rangsangan tersebut.

Kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif akan meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya secara langsung saja, akan tetapi meliputi bentuk perilaku berupa pernyataan atau perkataan positif yang diucapkan oleh seseorang.

Namun, bila terjadi ketidakseimbangan oleh pembentukan sikap dari ketiga komponen yaitu terdiri dari komponen kognitif, komponen afektif serta komponen perilaku maka untuk dapat mengembalikan keseimbangan awal akan terjadi pada proses perubahan sikap seseorang tersebut.

Berdasarkan persepsi pendapat dari para ahli dijelaskan bahwa, dengan demikian bahwa aspek minat akan terdiri dari aspek kognitif dan aspek afektif dimana dari kedua aspek tersebut akan terdapat perhatian, persepsi serta keyakinan dan tindakan. Aspek-aspek minat tersebut akan menjadi bagian dari minat yang terdapat pada diri seseorang

serta secara bertahap akan mengakibatkan ketertarikan serta minat akan mewujudkannya melalui proses aktualisasi.

G. Elemen-Elemen Yang Mempengaruhi Minat (Animo)

Elemen-elemen yang dapat mempengaruhi timbulnya minat dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) elemen, yaitu yang bersumber dari dalam diri individu seseorang yang bersangkutan maupun yang berasal dari luar yang mencakup lingkungan yang berada disekitarnya. Terdapat beberapa elemen yang dapat mempengaruhi minat (animo) mahasiswa untuk dapat melanjutkan studi pada perguruan tinggi, diantaranya adalah:[19]

a) Pengalaman awal kuliah, yaitu mahasiswa yang secara fisik dan intelektual telah siap untuk kuliah memiliki sikap yang aktif serta positif terhadap kegiatan belajar dikampus dibandingkan dengan mahasiswa lain yang belum siap untuk belajar di kampus

b) Keterlibatan orang tua/ wali mahasiswa, keterlibatan orang tua/ wali mahasiswa akan mempengaruhi sikap

[19] *Ibid.* Hal. 83.

mahasiswa terhadap kampus secara umum serta sikap mereka terhadap manfaat pendidikan, belajar serta berbagai mata kuliah yang diberikan oleh dosen di kelas

c) Sikap lingkungan keluarga (adik/ kakak), yaitu sikap saudara sekandung yang lebih besar akan mempengaruhi yang sama dengan saudara sekandung yang lain. Namun sebaliknya sikap saudara sekandung yang lebih muda akan relatif tidak dianggap penting

d) Sikap dari teman sebaya (seumuran), yaitu minat dan sikap mereka terhadap perguruan tinggi dan kegiatannya sangat dipengaruhi oleh sebaya, agar mahasiswa dapat diterima oleh kelompok teman sebaya nya maka mahasiswa tersebut harus dapat menerima minat dan kesamaan dari kelompok mahasiswa tersebut

e) Penerimaan oleh kelompok teman sebaya, yaitu adanya nilai berkurangnya penerimaan oleh teman sebaya yang tidak dapat disamakan dengan hubungan yang baik dengan dosen serta nilai mata kuliah yang baik

f) Keberhasilan akademik, yaitu tingginya keterkaitan pengaruh antara keberhasilan akademik pada sikap mahasiswa terhadap perguruan tinggi akan bergantung pada besarnya nilai keberhasilan akademik dalam kelompok teman sebaya. Puncak keberhasilan akan dapat dijadikan sebagai tolak ukur status dalam kelompok tersebut

g) Sikap terhadap pekerjaan, apabila mahasiswa yang telah dibesarkan oleh orang tua yang memiliki pendapat bahwa mahasiswa tersebut harus dapat memiliki kebebasan dan bahagia akan dapat mengembangkan sikap negatif akan tetapi dengan adanya kenaikan tingkat setiap semester, maka akan mengharuskan mahasiswa tersebut untuk mengerjakan tugas-tugas yang telah diberikan oleh dosen dimana mahasiswa tersebut belajar (kuliah)

h) Hubungan dosen dan mahasiswa, yaitu tingkat minat (animo) terhadap kampus akan dipengaruhi sikapnya terhadap dosen

i) Terbangunnya perasanaan emosional di kampus, yaitu suasana emosional di kampus akan dipengaruhi oleh sikap dosen dan jenis disiplin yang akan digunakan.

Jika ditinjau lebih dalam maka dapat disimpulkan bahwa minat (animo) masyarakat terhadap perguruan tinggi akan dapat dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa tersebut serta faktor yang berasal dari luar mahasiswa tersebut.

Sedangkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat (animo) mahasiswa dalam belajar, diantaranya adalah sebagai berikut :

a) Mahasiswa yang orangtuanya memiliki cita-cita yang tinggi serta tidak realistis terhadap prestasi akademik ataupun dari prestasi sosial yang terus menerus mendesak maka untuk mencapai tujuan yang dikehendaki akan sulit untuk tercapai

b) Mahasiswa yang kurang dapat diterima oleh rekan-rekan mahasiswa tersebut dalam satu kelas akan tidak mengalami kegembiraan sebagaimana dialami oleh

rekan-rekan sekelas dalam berbagai kegiatan di luar kampus

c) Remaja yang lebih dewasa serta lebih awal fisiknya akan jauh lebih besar jika dibandingkan dengan rekan-rekan sekelasnya

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat dipahami serta disimpulkan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat (animo) mahasiswa dalam melanjutkan studi pada jenjang yang lebih tinggi, yaitu adalah sebagai berikut:

a) Faktor dari dalam, yaitu terdiri dari perkembangan yang tidak seimbang antara perkembangan usia dengan pertumbuhan fisik mahaiswa yang bersangkutan serta bersikap terhadap pekerjaan, jenis kelamin, serta berat badan
b) Faktor dari luar, yaitu terdiri dari pengalaman waktu di sekolah, pengaruh dari sikap orang tua di rumah, pengaruh penerimaan dan sikap rekan di kampus

Dari kedua faktor tersebut diatas, maka dapat diambil suatu hipotesa bahwa faktor-faktor internal maupun eksternal akan sama memberikan dampak pengaruh serta saling terkait antara satu dengan yang lain terutama dalam pembentukan minat (animo) seseorang. Dari kedua faktor tersebutlah maka faktor dari luar akan sangat berpengaruh terhadap kehidupan seseorang, termasuk dari keluarga inti yang hidup berdampingan dimasyarakat akan sangat mudah terpengaruh oleh faktor lingkungan jika dalam diri orang tersebut tidak memiliki minat (animo) yang kuat serta komitmen yang kuat dan mampu melakukan sikap penolakan.

Dalam hal yang terkait dengan minat (animo) terhadap belajar mahasiswa, banyak faktor yang terkait serta mempengaruhi minat belajar mahasiswa, yaitu:[20]

1) Motivasi
2) Belajar
3) Bahan pelajaran

---

[20] Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara: Jakarta. Hal. 121.

4) Keluarga
5) Teman Pergaulan
6) Lingkungan
7) Cita-cita
8) Bakat
9) Hobby
10) Media Massa
11) Fasilitas

Berbagai faktor tersebut akan sangat mempengaruhi minat (animo) belajar dari mahasiswa. Apabila mahasiswa memiliki motivasi yang tinggi tentunya akan dapat mempengaruhi minat dalam diri mahasiswa yang bersangkutan. Minat merupakan perpaduan serta kombinasi antara keinginan dan kemampuan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Dengan motivasi yang tinggi akan berpengaruh terhadap mahasiswa yang akan juga tinggi. Sehingga mahasiswa tidak akan malas untuk belajar sehingga mahasiswa akan merasa senang untuk dapat belajar.

Minat (animo) juga dapat diartikan sebagai suatu kebutuhan serta akan muncul dalam proses belajar. Minat

akan timbul dari sesuatu yang diketahui dan kita dapat mengetahui sesuatu dengan proses belajar, karena hal tersebut akan terkait dengan proses belajar, karena dengan belajar, maka mahasiswa yang semula tidak akan menyukai suatu mata kuliah akan tumbuh minat dalam diri mahasiswa. Jadi mahasiswa akan lebih giat serta semangat dalam mempelajari suatu mata kuliah.[21]

Bahan mata kuliah yang menarik akan dapat membangkitkan dan merangsang minat mahasiwa akan proses belajar. Karena dengan bahan mata kuliah yang menarik maka mahasiswa akan senang untuk mempelajarinya. Selain bahan mata kuliah, sikap dosen juga akan dapat membangkitkan dan memberikan stimulus minat belajar pada mahasiswa, apabila dosen dalam memberikan materi mata kuliah, menurut mahasiswa menarik maka minat (animo) mahasiswa akan semakin meningkat.

Jika dilihat dari sudut pandang keluarga, maka keluarga adalah orang yang dekat dengan mahasiswa.

---

[21] Muhibbin Syah. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 152.

Keluarga sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan serta perkembangan jiwa seorang mahasiswa. Dalam tahap tersebut, maka minat (animo) mahasiswa sangat perlu untuk memperoleh dukungan perhatian serta bimbingan dari keluarga, karena dengan adanya dukungan dari pihak keluarga tersebut, maka minat (animo) mahasiswa akan bertambah. Tidak hanya keluarga yang berasal dari rekan lingkungan tempat tinggal semata, namun juga minat (animo) belajar dari mahasiswa yang bersangkutan akan dapat mempengaruhi dari rekan rekan mahasiswa yang lainnya. Minat dapat diperoleh dari pengalaman mahasiswa serta berasal dari lingkungan yang dapat meningkatkan minat dalam diri mahasiswa.

Cita cita juga dapat mempengaruhi minat belajar mahasiswa. Karena dengan memiliki cita-cita maka mahasiswa dituntut untuk dapat terus belajar dengan baik dan sungguh-sungguh serta harus dapat meningkatkan minat (animo) belajar mahasiswa. Apabila dalam diri mahasiswa terdapat bakat yang dimiliki maka dalam diri mahasiswa yang bersangkutan bakat tersebut akan menjadi hobi serta

kesenangan. Dan tentunya hal tersebut akan dapat meningkatkan minat dalam diri mahasiswa tersebut. Karena dengan hobi dan bakat tersebut, maka mahasiswa tersebut tidak akan merasa terpaksa dalam melakukan sesuatu. Begitu pula dalam kegiatan belajar mahasiswa tidak akan merasa bahwa terpaksa jika bakat dan hobi yang dimiliki tersebut dapat berdampak positif terhadap minat (animo) mahasiswa. Di sisi lain, media massa juga akan dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk dapat melanjutkan kuliah pada perguruan tinggi, karena dengan mahasiswa melihat serta mendengar,maka mahasiswa akan menjadi tertarik dan mahasiswa tersebut juga akan senang. Mahasiswa akan semakin giat untuk belajar dari apa yang telah mereka lihat serta dengar, sehingga minat dalam diri mahasiswa akan semakin meningkat.[22]

Fasilitas belajar yang lengkap juga akan dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam belajar. Namun sebaliknya jika fasilitas belajar kurang mendukung maka mahasiswa juga akan malas untuk belajar. Sehingga fasilitas

---

[22] *Ibid*. Hal. 157.

dapat meningkatkan minat belajat dalam diri mahasiswa. Dengan minat belajar mahasiswa yang tinggi tentunya mahasiswa akan semakin baik prestasi belajar maupun akademiknya.

Minat belajar akan dipengaruhi oleh banyak faktor, karena minat belajar akan diperoleh setelah mahasiswa melakukan prose pembelajaran. Melalui faktor-faktor tersebut maka akan dapat mempengaruhi minat belajar mahasiswa tersebut serta tentunya minat belajar dalam diri mahasiswa akan terpengaruh. Namun apabila faktor yang mempengaruhi belajar mahasiswa tersebut baik maka minat belajar mahasiswa tersebut juga akan baik sehingga akan dapat meningkatkan prestasi akademik mahasiswa yang bersangkutan tersebut.

Sebaliknya apabila faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar mahasiswa tersebut rendah maka prestasi akademiknya pun akan lebih rendah.

Hal tersebut dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat (animo) dapat dibedakan menjadi beberapa faktor sebagai berikut:[23]

a) Faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat (animo)

   1) Faktor motif sosial. Minat dapat timbul dengan adanya motivasi dan keinginan tertentu dari lingkungan sosialnya. Seseorang akan elakukan sesuatu dengan maksud agar mendapatkan respon.

   2) Faktor emosi. Minat akan sangat berhubungan dengan faktor emosi. Berhasil atau tidaknya suatu kegiatan akan membuat perasaan senang serta semangat untuk dapat melakukan aktivitas yang sama, namun sebaliknya jika yang terjadi adalah kegagalan maka akan dapat menurunkan

---

[23] Muhibbin Syah. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 132-139.

minat atau malah sebaliknya akan menambah minat (animo).

3) Faktor lingkungan. Faktor lingkungan adalah faktor yang dapat memunculkan minat yang berasal dari keadaan sekitar seperti lingkungan keluarga serta lingkungan kampus.

b) Faktor-faktor yang dapat menurunkan minat dapat dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya:

1) Faktor Ketidakcocokan. Minat mahasiswa terhadap sesuatu hal akan terus tumbuh jika suatu hal dapat menarik perhatian yang sesuai dengan minatnya sehingga tidak akan turun apabila tidak sesuai dengan minat (animo) mahasiswa tersebut.

2) Faktor kebosanan. Melakukan sesuatu aktivitas secara terus menerus secara

monoton dirasakan akan membosankan karena hal tersebut dapat menyebabkan menurunnya minat mahasiswa dalam proses perkuliahan

3) Faktor kelelahan. Mahasiswa yang memiliki minat terhadap suatu aktivitas maka mahasiswa tersebut akan melakukan aktivitas tersebut dengan tidak memperhatikan batas waktu kerja. Hal tersebut akan mengakibatkan kelelahan. Orang yang mengalami kelelahan dalam bekerja maka orang tersebut akan malas dalam melakukan pekerjaan apa pun.

H. Jenis-Jenis Minat

Terdapat beberapa pemikiran dari para praktisi serta ahli yang terkait dengan minat (animo). Berdasarkan pilihan

serta orang yang terkait dengan pilihan minat (animo) adalah sebagai berikut:[24]

a) Realistis. Seseorang yang disebut realistis adalah pada umumnya orang tersebut telah terampil serta praktis dalam menghadapi segala sesuatu yang terkait dengan segala aktivitas serta kegiatan. Namun disisi lain orang yang tergolong realistis adalah orang yang dianggap tidak mampu dalam memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain.

b) Investigatif. Seseorang yang tergolong investigatif adalah orang memiliki orientasi secara keilmuan. Mereka pada umumnya memiliki orientasi pada tugas, sosial serta selalu mengedepankan tindakan yang dapat dianggap memikirkan sesuatu daripada untuk dapat melaksanakannya. Seseorang yang memiliki faktor-faktor yang tergolong kedalam investigatif akan lebih cenderung kepada memiliki dorongan yang kuat untuk dapat lebih dekat kepada

---

[24] *Ibid.* Hal. 143.

alam. Kecenderungan pekerjaan yang disukai adalah termasuk binatang, biologi dan sebagainya.

c) Artistik. Seseorang yang menyukai sesuatu hal yang tidak terstruktur, bebas serta menyukai sesuatu yang memiliki kesempatan untuk melakukan reaksi serta sangat membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual (perseorangan), serta sangat kreatif dalam bidang seni dan musik.

d) Sosial. Seseorang yang memiliki sesuatu hal yang dapat dikategorikan bertanggung jawab, berkemanusiaan serta dapat bekerja dalam kelompok dan senang menjadi pusat perhatian.

e) Enterprising. Seseorang yang menyukai sesuatu yang bersifat memimpin atau menguasai orang lain serta memiliki keterampilan verbal untuk berwirausaha, serta memiliki kecakapan kemampuan untuk mencapai sesuatu.

f) Konvensional. Seseorang yang dianggap memiliki perspektif konvensional akan menyukai lingkungan sekitar yang tertib serta menyukai jenis komunikasi lisan verbal serta menghindari situasi yang tidak menentu dan menyatakan diri untuk senantiasa setia, patuh serta praktis.

Berdasarkan keterangan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat (animo) seseorang dapat diklasifikasikan kedalam kepribadian seseorang serta piliha pekerjaan yang sesuai dengan yang disukainya. Minat (animo) antara satu orang dengan orang yang lain akan memiliki kepribadian serta kesukaan yang berbeda.

Pada sisi lain, minat (animo) dapat dikategorikan kembali kedalam beberapa jenis, diantaranya adalah :

a) Minat rekreasi. Suatu jenis minat yang dapat dikategorikan sebagai kegiatan suatu permainan yang telah biasa dilakukan pada tahun sebelum diubah dengan bentuk jenis rekreasi yang baru serta lebih menantang.

b) Minat sosial. Suatu jenis minat yang bersifat sosial serta akan bergantung kepada kesempatan (*opportunity*) yang telah diperolehnya serta digunakan untuk mengembangkan minat (animo) tersebut.

c) Minat pribadi. Suatu jenis minat yang melekat secara kuat pada diri seseorang karena menyadari bahwa dukungan sosial akan sangat dipengaruhi penampilan diri seseorang maupun kelompok sosial yang menilai bahwa diri seseorang tersebut berdasarkan kepada kemandirian serta keanggotaan sosial seseorang.

d) Minat kepada pendidikan. Suatu jenis minat yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap pendidikan karena menganggap bahwa dengan mencapai pendidikan yang tinggi akan dianggap sebagai pengalaman untuk dapat meraih pekerjaan.

e) Minat kepada pekerjaan. Suatu jenis minat yang terjadi pada saat mahasiswa belajar di perguruan tinggi serta mulai untuk dapat membedakan antara jenis pekerjaan yang disukai serta pekerjaan yang dicita-citakan.

f) Minat terhadap agama. Suatu jenis minat yang memiliki peran penting terhadap kehidupan serta terkait dengan keikutsertaan untuk dapat mempelajari bidang agama secara baik mulai dari pendidikan dasar sampai dengan pendidikan tinggi.

g) Minat yang bersifat simbolik. Suatu jenis minat yang mengukur tinggi atau rendahnya status seseorang yang menjadi ukuran keunggulannya.

Terdapat pendapat lain yang mengemukakan terkait dengan minat (animo) dengan membaginya kepada 8 (delapan) jenis minat (animo):

a) Minat terhadap bagian anggota badan. Yaitu minat seseorang terhadap bagian anggota badan yang dipengaruhi oleh tata pola serta perkembangan intelektual yang memungkinkanseseorang tersebut dapat menjelaskan seseorang untuk dapat memperoleh berbagai perubahan pada anggota badannya sendiri maupun orang lain untuk dapat mengetahui perbedaan tersebut

b) Minat terhadap penampilan. Yaitu minat seseorang secara bertahap pada penampilan yang mengalami kenaikan serta minat tersebut dipengaruhi oleh penampilan seseorang serta pendapat orang lain mengenai penampilannya. Penampilan tersebut terkait dengan daya tarik yang memungkinkan seseorang untuk dapat berperan sebagai pemimpin.

c) Minat terhadap pakaian. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang terhadap pakaian, diantaranya adalah seseorang akan belajar bahwa suatu kelompok budaya akan sangat menghargai unsur pakaian yang dikenakannya. Hal lain adalah mahasiswa akan memperoleh pengetahuan secara dini bahwa pakaian akan di klasifikasikan sebagai kebutuhan penting dalam kehidupan.

d) Minat terhadap nama seseorang. Seorang mahasiswa akan pertama kali memperhatikan nama

seseorang apabila nama orang lain tersebut akan memberi komentar atau pendapat yang dianggap menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap nama seseorang tersebut.

e) Minat terhadap lambang (status). Lambang (status) merupakan suatu kebanggan bagi orang-orang tertentu. Lambang akan menyatakan bahwa orang lain memiliki status yang lebih tinggi terhadao orang maupun kelompok lain.

f) Minat terhadap agama. Seseorang yang memiliki minat yang kuat terhadap agama karena memiliki suatu alasan bahwa suatu kebiasaan serta pengalaman yang dilakukannya sehari-hari.

g) Minat terhadap pendidikan (perguruan tinggi). Minat seseorang terhadap pendidikan akan menjadi selektif sesuai dengan bertambahnya umur serta minat mahasiswa terhadap perguruan tinggi akan

dipengaruhi oleh minat mahasiswa tersebut pada bidang atau minat (animo) mahasiswa tersebut pada bidang pekerjaan yang akan diimpikan dan dicita-citakan.

h) Minat pada bidang pekerjaan yang muncul dimasa mendatang. Suatu minat yang timbul dikarenakan adanya penekanan berupa pertanyaan apa yang dilakukan jika sudah dewasa.

Potensi minat (animo) akan bersifat umum dalam unsur-unsur kehidupan manusia sehari-hari sebagai pemenuhan kebutuhan manusia, namun minat (animo) seseorang tersebut akan berubah sesuai dengan tahapan klasifikasi sesuai dengan bertambahnya umur seseorang. Pada setiap jenis minat (animo) yang dimiliki oleh makhluk hidup (manusia) maka akan selalu mengalami fluktuasi perubahan sesuai dengan tahapan perkembangannya serta seiring dengan berjalanya waktu serta semakin bertambahnya usia manusia tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian studi kelayakan pengembangan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf ini adalah bersifat deskriptif kualitatif yang menekankan analisa terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini akan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia tertentu menurut perspektif (sudut pandang) tim peneliti sendiri. Penelitian kualitatif juga mengasumsikan bahwa kenyataan empiris terjadi dalam konteks sosio-kultural yang saling terkait satu sama lain, yaitu untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh (komprehensif) mengenai kelayakan atas dibukanya jurusan baru pada FEBI. Untuk memperoleh data hasil penelitian, maka digunakan metode kuisioner (angket) sebagai alat untuk pengumpulan dan pengolahan data.

Kemudian, penelitian studi kelayakan pengembangan jurusan MAZAWA ini akan melibatkan beberapa responden dari siswa/ siswi SMU, SMK dan MA yang terdapat di Kota Serang dan beberapa lembaga filantropi. Penelitian yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner (angket) serta wawancara terarah (*guided interview*) terhadap responden. Penyebaran kuisioner (angket) dilakukan kepada siswa SMU, SMK dan MA. Untuk *guided interview* akan dilakukan pada lembaga-lembaga filantropi seperti BAZNAS, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dompet Dhuafa, LAZ Harfa. Untuk pengambilan sampel sendiri dilakukan melalui metode *random sampling* dari total populasi SMU, SMK, MA yang ada di Kota Serang.

Penelitian deskriptif kualitatif pada pengembangan jurusan ini mengutamakan penghayatan subyek peneliti atas obyek penelitiannya. Kekuatan penghayatan (*verstehen*) menentukan hasil dari suatu analisis terhadap duania sosial. Giddens mengatakan bahwa analisis penghayatan (*verstehen*) dipandang sebagai metode yang paling tepat diaplikasikan dalam ilmu-ilmu humaniora (*human science*) yang dihadapkan

dengan observasi eksternal yang digunakan dalam ilmu-ilmu alam (*natural science*). Penelitian deskriptif kualitatif beranjak dari paradigma ilmu bahwa satu satunya kenyataan yang dikonstruksikan oleh individu yang terlihat dalam penelitian. Dalam kaitan ini apa yang terungkap sebagai kenyataan-kenyataan, tidak lain berupa kenyataan lain yang dikontruksi dan dipahami penulis dengan segenap asumsi keyakinan dan penafsiran-penafsiran tim peneliti yang bersifat subyektif. Penelitian ini juga bersifat eksporatif inferensial yang bertujuan untuk menggali dan menemukan kesimpulan-kesimpulan umum yang ditarik secara sistematis dari tema-tema khusus.[25]

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa sekolah SMU, SMK serta MA yang tersebar di seluruh wilayah Kota Serang dan akan dipilih dari beberapa sekolah yang mewakili (representasi) dari setiap jenis sekolah. Adapun waktu

---

[25] V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* PT. Pustaka Baru: Yogyakarta. Hal.31-35.

pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan, mulai dari bulan Juli 2018 sampai dengan bulan September 2018

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XII (dua belas) SMU, MA, dan SMK di Kota Serang yang seluruhnya berjumlah 61 sekolah. Tekhnik pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah menggunakan tekhnik *proportional random sampling* yang menggunakan gabungan antara *proportional* dan *random sampling*. Dari total sekolah yang ada di Kota Serang baik negeri maupun swasta ditentukan 6 sekolah yang akan menjadi sampel penelitian ini, yaitu terdiri dari 2 SMU (1 SMU Negeri dan 1 SMU Swasta), 2 Madrasah Aliyah (1 MA Negeri dan 1 MA Swasta), dan 2 SMK (1 SMK Negeri dan 1 SMK Swasta).

C. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan tekhnik-tekhnik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuisioner (angket) sebagai alat untuk pengumpulan dan pengolahan data. Untuk kemudian, penelitian studi kelayakan pengembangan jurusan manajemen zakat dan wakaf ini akan menggunakan studi *cross sectional* dengan lingkup waktu kegiatan penelitian meliputi cakupan waktu yaitu *one shot* (satu titik waktu) dengan tipe data *cross section*, yaitu data dikumpulkan pada waktu dari sebuah sampel terpilih
b. Wawancara mendalam (*indeepth interview*). Wawancara mendalam dilakukan dengan cara untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk dapat melengkapi hasil pengamatan. Proses wawancara dilakukan secara terstruktur dan terencana agar proses penggalian informasi bersifat terbuka serta tidak ada yang ditutupi sehingga pemberi informasi (informan) dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya secara jelas dan transparan.
c. Studi Pustaka. Kajian pustaka dapat digunakan dan dijadikan sebagai referensi (masukan informasi) yang akan digunakan sebagai landasan dalam memperoleh

dan melengkapi data hasil penelitian. Serta memperoleh informasi seluas-luasnya mengenai kelayakan dalam pembukaan program studi/ jurusan manajemen zakat dan wakaf. Sehingga hasil penelitian kelayakan pembukaan jurusan manajemen zakat dan wakaf ini relevan serta fokus sebagai bahan kajian dan rujukan serta sebagai bahan perbandingan.

D. Instrumen Penelitian

Untuk dapat mengumpulkan data diperlukan serta dibutuhkan instrumen yang tepat serta valid sehingga dihasilkan data yang akurat dan reliabel. Dalam penelitian pengembangan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf ini intrumen yang akan digunakan ini adalah angket (kuesioner). Angket (kuesioner) merupakan serangkaian daftar pertanyaan secara tertulis yang dilengkapi dengan serangkaian daftar pertanyaan secara tertulis dan dilengkapi dengan jawaban yang dapat ditujukan kepada calon

mahasiwa dan mahasiswi yang akan melanjutka studi pada program studi/ jurusan manajemen zakat dan wakaf.

Angket (kuesioner) akan disebarkan kepada seluruh responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian. Jenis angket (kuesioner) tersebut akan diberikan yang berupa pengisian biodata identitas responden serta sejumlah pertanyaan yang sudah disediakan oleh tim peneliti.

E. Tekhnik Analisis Data Penelitian

Untuk menganalisis data, maka tim peneliti akan menggunakan tekhnik analisis data penelitian berupa metode kualitatif deskriptif dan metode kuantitatif.

a) Metode Tekhnik Analisis Data Kualitatif

   Metode tekhnik analisis data kualitatif adalah metode pengukuran data yang tidak dilakukan dengan melalui kuantifikasi angka- angka. Namun data tersebut akan berbentuk kasus-kasus maupun hasil data melalui angket serta wawancara serta dijabarkan dan diuraikan atau dijelaskan untuk memperoleh gambaran mengenai kelayakan

dibukanya jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

b) Metode Tekhnik Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif merupakan suatu analisa yang dikategorikan sebagai wujud angka-angka yang dapat dikalkulasikan (dihitung) untuk memperoleh arti / definisi secara kuantitatif. Namun demikian, proses kuantifikasi yang dilakukan hanya akan menggunakan model atau alat kuantitatif sederhana, hanya untuk sekedar membantu menjelaskan jumlah pilihan dari responden agar dapat melihat suatu proses hasil penelitian dalam bentuk tabel serta angka yaitu dengan analisis *descriptive statistic frequency*.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan terkait pengembangan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini menggunakan metode survey dengan desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif eksploratif serta melalui pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif yang digunakan adalah berdasarkan latar belakang alamiah serta dilakukan melalui cara alamiah, baik dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*in-deepth interview*), pengamatan maupun pemanfaatan data serta dokumen.

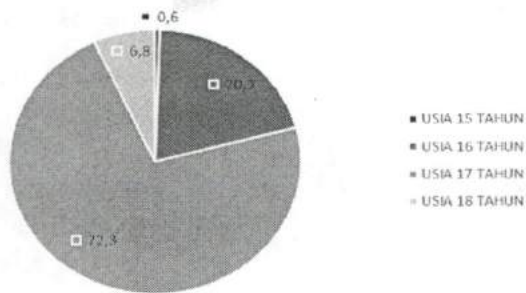
Dengan menggunakan gabungan desain penelitian berupa desain penelitian deskriptif dan eksploratif maka akan bertujuan untuk memperoleh deskripsi gambaran serta penjelasan sebenarnya sehubungan dengan minat calon

mahasiswa untuk melanjutkan studi pada jurusan manajemen zakat dan wakaf secara aktual dan faktual dengan memperoleh informasi dan data mengenai seberapa besar minat calon mahasiswa terhadap jurusan manajemen zakat dan wakaf, serta argumentasi calon mahasiswa tersebut untuk masuk atau tidak masuk atau memilih atau tidak memilih program studi/ jurusan.

A. Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengambilan data di lapangan melalui kuesioner yang disebarkan ke berbagai sekolah di Kota Serang (SMA/ MA/ SMK), terdapat 177 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

1. Demografi Responden

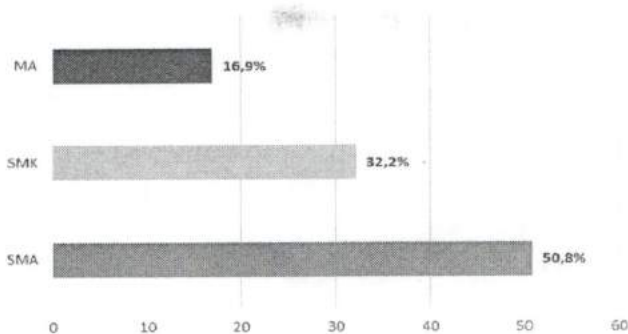
a. Demografis Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.1. Peta Demografis Responden Berdasarkan Usia

Dari gambar 4.1. dapat diketahui bahwa responden yang berusia 15 tahun hanya sebesar 0,6% sementara yang berusia 17 tahun merupakan responden yang paling banyak yaitu sebesar 72,3% diikuti oleh responden yang berusia 16 tahun sebesar 20,3%. Hal ini menunjukkan bahwa usia belajar untuk siswa/siswi kelas XII sekolah menengah atas antara 16 hingga 17 tahun.

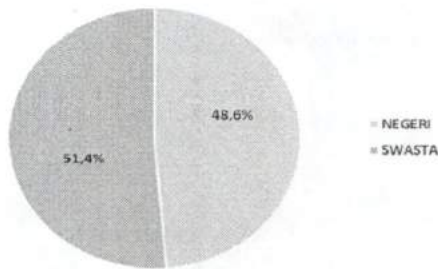
b. **Demografis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Gambar 4.2. Peta Demografis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

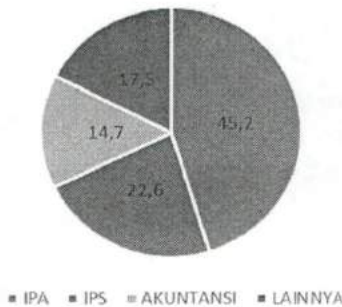
Pada gambar chart di atas, dari total 177 responden pada penelitian ini, paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki, yaitu sebesar 117 orang perempuan (66,1%) dan 60 orang laki-laki (33,9%).

c. **Demografis Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

Gambar 4.3. Peta Demografis Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Berdasarkan latar belakang pendidikan, responden yang berasal dari SMA sebanyak 50,8%. Diikuti oleh responden yang berasal dari SMK sebanyak 32,2%. Sementara untuk responden yang berasal dari MA sebanyak 16,9%.

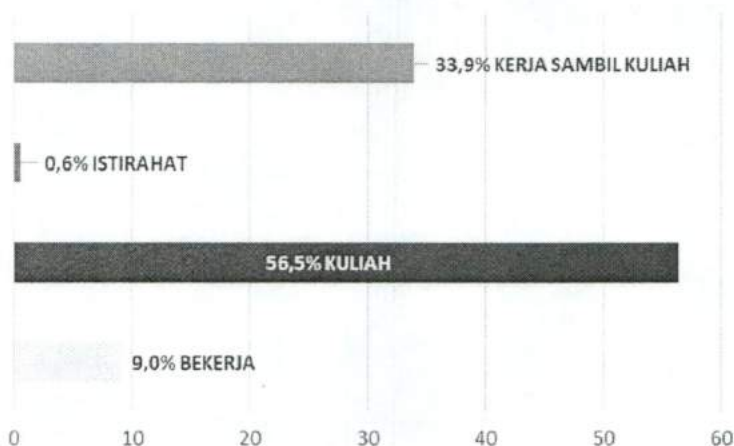
d. **Demografis Responden Berdasarkan Status Sekolah**

Gambar 4.4. Peta Demografis Responden Berdasarkan Status Sekolah

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa status sekolah responden terbagi menjadi dua yaitu negeri dan swasta. Prosentase kedua jenis status ini relatif berimbang, responden yang berasal dari sekolah negeri sebanyak 48,6% sedangkan yang berasal dari sekolah swasta sebanyak 51,4%.

e. **Demografis Responden Berdasarkan Latar Belakang Jurusan**

Gambar 4.5. Peta Demografis Responden Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan gambar 4.3. dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari jurusan Ilmu Pengetahuan Alam, yaitu sebanyak 45,2%. Untuk jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial sebanyak 22,6%. Diikuti responden yang latar belakangnya berasal dari jurusan Akuntansi sebanyak 14,7%. Sementara untuk responden berasal dari jurusan lainnya sebanyak 17,5%.

2. Persepsi Siswa/ Siswi Terhadap Pembukaan Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

   a. Rencana Kegiatan Responden Pasca Lulus SMA/ SMK/ MA

Gambar 4.6. Rencana Responden Pasca Lulus SMA/ SMK/ MA

Hasil survey yang digambarkan pada gambar 4.4. bahwa kegiatan setelah lulus SMA/ SMK/ MA yang direncanakan responden adalah; mayoritas responden yaitu sebesar 56,5% memilih untuk melanjutkan kuliah, dan 33,9% memilih kerja sambil kuliah dan sebanyak

9% responden memilih bekerja, selebihnya sebanyak 0,6% memilih untuk istirahat setelah lulus SMA/ SMK/ MA.

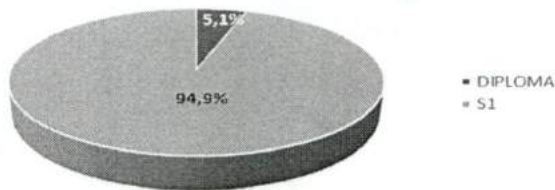
b. Minat Responden Kuliah di Perguruan Tinggi yang Memungkinkan Kuliah Sambil Bekerja

Berdasarkan tabel 4.1. di bawah ini, dapat diperoleh informasi bahwa mayoritas responden sebanyak 87% berminat untuk kuliah di perguruan tinggi yang memungkinkan kuliah sambil bekerja. Selebihnya sebanyak 13% menyatakan tidak berminat untuk kuliah sambil bekerja.

Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Minat Untuk Kuliah di Perguruan Tinggi yang Memungkinkan Kuliah Sambil Bekerja

Minat_Kuliah_di_PT_Memungkinkan_Kuliah_Sambi l_Kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	154	87.0	87.0	87.0
tidak	23	13.0	13.0	100.0
Total	177	100.0	100.0	

c. **Demografis Responden Berdasarkan Pendidikan Lanjutan**

Gambar 4.7. Peta Demografis Responden Pendidikan Lanjutan

Pada chart di atas, memberikan penjelasan bahwa responden dalam penelitian ini paling banyak

ingin melanjutkan jenjang pendidikannya setelah lulus SMA/ SMK/ MA pada program strata satu sebesar 94,9%. Untuk lainnya ingin melanjutkan pada program diploma sebesar 5,1%.

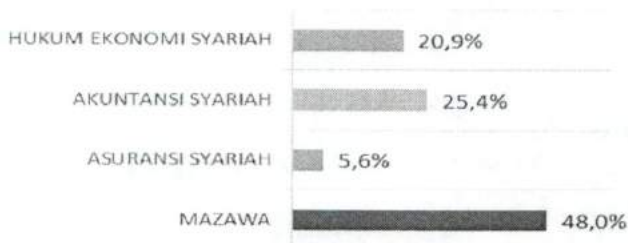
d. Minat Responden Melanjutkan Pendidikan ke Jenjang yang Lebih Tinggi

Dari tabel di bawah ini dapat diketahui bahwa sebagian besar responden sangat berminat untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi yaitu sebanyak 83,1%. Untuk responden yang mengatakan cukup berminat dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi adalah sebanyak 15,3%. Sedangkan responden yang kurang berminat dalam melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi sebanyak 1,7%.

Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Minat Melanjutkan Pendidikan ke Jenjang yang Lebih Tinggi

Minat_Melanjutkan_Pendidikan_ke_Jenjang_Lebih_Tinggi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup berminat	27	15.3	15.3	15.3
	sangat berminat	147	83.1	83.1	98.3
	kurang berminat	3	1.7	1.7	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

e. Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan Lanjutan

Gambar 4.8. Peta Demografis Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan Lanjutan

Pada gambar 4.8. dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini paling banyak ingin melanjutkan studinya di jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf yaitu sebanyak 48,0%, yang kedua adalah jurusan Akuntansi Syariah sebanyak 25,4%, lainnya sebanyak 20,9% memilih jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan selebihnya 5,6% memilih jurusan Asuransi Syariah.

f. Minat Responden Untuk Kuliah di FEBI UIN SMH Banten Apabila Dibuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

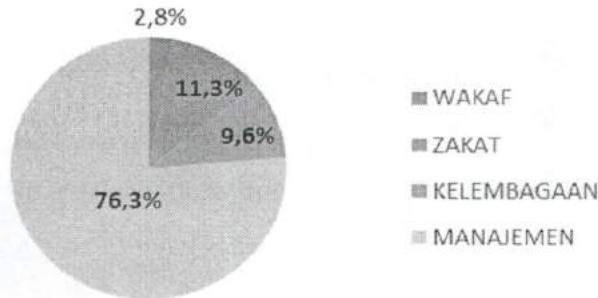
Dari tabel 4.3 di bawah ini dapat diketahui informasi bahwa sebanyak 49.2% responden cukup berminat untuk kuliah di FEBI UIN SMH Banten apabila dibuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf. Sedangkan sebanyak 8.5% responden menyatakan sangat berminat untuk kuliah di FEBI

UIN SMH Banten apabila dibuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf. Selebihnya, 37,9% dari responden menyatakan kurang berminat dan sebanyak 4,5% menyatakan tidak berminat untuk kuliah di FEBI UIN SMH Banten apabila dibuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.

Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Minat Untuk Kuliah di FEBI UIN SMH Banten Apabila Dibuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Minat_Untuk_Studi_MAZAWA_di_FEBI_UIN_SMH_Banten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup berminat	87	49.2	49.2	49.2
	sangat berminat	15	8.5	8.5	57.6
	kurang berminat	67	37.9	37.9	95.5
	tidak berminat	8	4.5	4.5	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

g. Responden Berdasarkan Bidang yang Diminati Pada Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Gambar 4.9. Peta Demografis Responden Berdasarkan Bidang yang Diminati Pada Jurusan MAZAWA

Berdasarkan chart di atas, bidang yang paling diminati oleh responden ketika masuk pada jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf adalah bidang manajemen yaitu sebesar 76,3% sementara responden yang berminat pada bidang zakat sebesar 11,35, dan 9,6% dari responden memilih bidang kelembagaan. Selebihnya, sebanyak 2,8% responden memilih bidang wakaf.

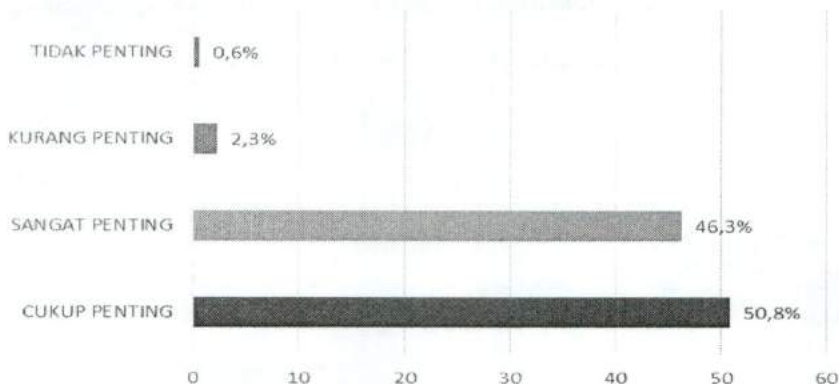
h. Pandangan Responden Tentang Pentingnya FEBI UIN SMH Banten Membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Berdasarkan tabel di bawah ini, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 52% mengatakan cukup penting bagi FEBI UIN SMH Banten untuk membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, didukung pula dengan 46,3% responden yang mengatakan sangat penting bagi FEBI UIN SMH Banten untuk membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf. Selebihnya hanya 1,7% dari responden yang menyatakan bahwa FEBI UIN SMH Banten kurang penting untuk membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.

Tabel 4.4. Pandangan Responden Tentang Pentingnya FEBI UIN SMH Banten Membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Urgensi_Bagi_FEBI_Membuka_Prodi_Manajemen_Zakat_dan_Wakaf

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup penting	92	52.0	52.0	52.0
	sangat penting	82	46.3	46.3	98.3
	kurang penting	3	1.7	1.7	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

i. **Argumentasi Responden Berkaitan dengan Penguasaan Bidang Manajemen, Zakat dan Wakaf di Era Globalisasi**

Gambar 4.10. Peta Demografis Responden Berdasarkan Argumentasi Penguasaan Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf di Era Globalisasi

Pada gambar 4.10. dijelaskan responden sebanyak 50,8% berpendapat bahwa di era globalisasi cukup penting untuk menguasai bidang manajemen zakat dan wakaf, sementara 46,3% mengatakan sangat penting menguasai bidang tersebut, lainnya sebanyak 2,3% mengatakan kurang penting dan sebanyak 0,6% berpendapat tidak penting penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf di era globalisasi.

j. Penguasaan Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf Mendukung Terhadap Karir Responden

Berdasarkan data pada tabel di bawah ini, dapat diketahui bahwa sebanyak 58,8% dari responden mengatakan bahwa penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf cukup penting dalam karirnya, sedangkan 39% dari responden menyebutkan penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf sangat penting terhadap karirnya. Selebihnya sebanyak 2,3% mengatakan kurang penting penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf terhadap karir responden.

Tabel 4.5. Penguasaan Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf Mendukung Terhadap Karir Responden

Menguasai_Bidang_Manajemen_Zakat_dan_Wakaf_Mendukung_Karir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup penting	104	58.8	58.8	58.8
	sangat penting	69	39.0	39.0	97.7
	kurang penting	4	2.3	2.3	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

k. Pentingnya Perguruan Tinggi Membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Tabel 4.6. Pentingnya Perguruan Tinggi Menyediakan Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Pentingnya_PT_Menyediakan_Program_Studi_MAZAWA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup penting	100	56.5	56.5	56.5
	sangat penting	69	39.0	39.0	95.5
	kurang penting	8	4.5	4.5	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 56,5% responden mengatakan cukup penting bagi

Perguruan Tinggi untuk menyediakan/ membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf. 39% dari responden mengatakan sangat penting bagi Perguruan Tinggi untuk menyediakan/ membuka Jurusan tersebut. Namum 8% dari total responden menyatakan bahwa Perguruan Tinggi itu kurang penting menyediakan/ membuka Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.

B. Analisis Data

Berdasarkan dari data-data yang telah disajikan di atas, dapat diketahui bahwa *positioning* Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf menurut persepsi siswa/ siswi Kelas XII dari SMA, SMK dan MA yang ada di Kota Serang cukup penting dengan prosentase sebesar 56,5% melihat argumentasi bahwa penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf di era globalisasi merupakan hal yang cukup penting sebanyak 50,8%.

Selain itu, sebagian besar responden dari penelitian ini sangat berminat untuk melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, baik itu dari responden yang berasal dari SMA,

SMK dan MA yaitu sebanyak 83,1%. Sedangkan minat responden untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten jika jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf telah dibuka, adalah sebesar 49.2%, dengan bidang yang paling diminati oleh responden ketika masuk pada jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf adalah bidang manajemen yaitu sebesar 76,3%.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. *Positioning* Jurusan/ Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf menurut persepsi siswa/ siswi Kelas XII dari SMA, SMK dan MA yang ada di Kota Serang cukup penting dengan prosentase sebesar 56,5% dengan argumentasi bahwa penguasaan bidang manajemen zakat dan wakaf merupakan hal yang cukup penting sebanyak 50,8% di era globalisasi.
2. Sebagian besar responden dari penelitian ini sangat berminat untuk melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi, baik itu dari responden yang berasal dari SMA, SMK dan MA yaitu sebanyak 83,1%.

3. Minat responden untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten jika jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf telah dibuka, adalah sebesar 49.2%, dengan bidang yang paling diminati oleh responden ketika masuk pada jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf adalah bidang manajemen yaitu sebesar 76,3%.

Dari ketiga kesimpulan di atas, dapat dinyatakan bahwa jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf layak dibuka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

B. Saran

Untuk menindaklanjuti kesimpulan di atas, perlu dirancang naskah akademik dan konsep kurikulum yang komprehensif serta mempersiapkan *resources* yang diperlukan berkenaan dengan rencana pembukaan jurusan/ program

studi Manajemen Zakat dan Wakaf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Selain daripada itu, pihak universitas diharapkan dapat membangun *network* dengan para *users* dan *stakeholders* sebagai langkah berikutnya dalam memperoleh dukungan dalam rencana pembukaan jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

C. Penutup

Dikarenakan keterbatasan waktu dan alokasi dana dalam penelitian ini, maka batasan analisa penelitian hanya berkaitan dengan studi kelayakan rencana pembukaan jurusan/ program studi baru. Untuk kedepannya, mungkin bisa dilanjutkan berkenaan dengan *research and depelovment* dengan analisa lebih lengkap dan mendalam terutama berkaitan dengan *strength, weakness, opportunities* dan *threatens* agar diperoleh hasil yang lebih mendalam lagi.

Semoga penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dan pertimbangan bagi pimpinan baik di tingkat fakultas

maupun di tingkat universitas dalam pembukaan jurusan/ program studi Manajemen Zakat dan Wakaf.

DAFTAR PUSTAKA

Carol F. Gwin & Carl R. Gwin. *Product Attributes Model: A Tool for Evaluating Brand Positioning*. Journal of Marketing Theory and Practice . Volume 11, 2003 - Issue 2. Published online: 02 Dec 2015. https://doi.org/10.1080/10696679.2003.11658494.

Dadjim Sinaga, 2008. *Studi Kelayakan Bisnis Dalam Ekonomi Global*, Edisi Asli, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.

Daryanto. (2009). Panduan Proses Pembelajaran Kreatif & Inovatif Publisher: Jakarta.

Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2004). *Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi (HELTS) 2003-2010: Menuju Sinergi Kebijakan Nasional.* Dirjen Dikti: Jakarta.

Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hirsch, R. (1976). *Social Limits to Growth*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Husein Umar, 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Jokhanan Kristiyono, dkk. (2016). *Pengembangan Program Studi Baru STIKOSA-AWS (Riset dan Pengembangan Prodi Baru Stikosa-AWS: S1 TV & Film dan S1 Marketing Communication)*. STIKOSA-AWS: Surabaya.

Kasmir dan Jakfar. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Kedua. Penerbit Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Marginson, S. (2004). National and Global Competition in higher education, The Australian Educational Researcher, 31 (2): 1-28.

Maringe, F. (2006). *University and course choice: Implicatins for positioning, recruitment and marketing*, International Journal of Educational Management.

Maringe, Felix, Gibbs, Paul. (2009). *Marketing Higher Education, Theory and Practice*. England: Open University Press, Mc Graw Hills Education.

Muhibbin Syah. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Philip Kotler. (2003). *Marketing Management*. Pearson Education International.

Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Sebelas. Bahasa Indonesia. PT. Indeks: Jakarta.

Sugiyono. (2013). *Research and Development (RnD) – Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Administrasi Cetakan Delapan Belas*. Alfabeta: Bandung.

Sumarwan, Ujang, dkk. (2009). Pemasaran Stratejik, Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalm Penciptaan Nilai bagi Pemegang Saham. Jakarta: Penerbit Innti Prima Promosindo.

Sungkono. (2007). *Pengembangan Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan*. FIP-UNY: Yogyakarta.

Suryo Subroto. (1988). Dasar-Dasar Psikologi Untuk Pendidikan di Sekolah. Jakarta: Prima Karya. Hal. 109.

Suryo Subroto. (1988). Dasar-Dasar Psikologi Untuk Pendidikan di Sekolah. Jakarta: Prima Karya. Hal. 109.

Sutojo, Siswanto, 1995. *Studi Kelayakan Proyek, Teori dan Praktek*, Seri Manajemen No.66, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.

Ujang Sumarwan, et all. 2010. *Pemasaran Strategik Perspektif Value Base Marketing dan Pengukuran Kinerja.* Bogor: IPB Press.

V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* PT. Pustaka Baru: Yogyakarta.

Wawancara dengan Kepala Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Banten.

Wawancara dengan Ketua BAZNAS Kota Serang.

Website Prodi Zakat dan Wakaf STAIN Kudus: http://zw-syariah.stainkudus.ac.id.

Penelitian studi kelayakan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat serta animo dari masyarakat terhadap pembukaan jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan cara menyebarkan kuisioner (angket) kepada siswa/siswi SMU, SMK dan MA di Kota Serang.

Untuk *guided interview* dilakukan kepada lembaga-lembaga filantropi seperti BAZNAS, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dompet Dhuafa, dan LAZ Harfa. Untuk pengambilan sampel sendiri dilakukan melalui metode *random sampling.*

Minat responden untuk melanjutkan studi di FEBI UIN SMH Banten jika jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf telah dibuka, adalah sebesar 49.2%, dengan bidang yang paling diminati oleh responden ketika masuk pada jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf adalah bidang manajemen yaitu sebesar 76,3%.

Bersumber dari data tersebut dapat dinyatakan bahwa jurusan Manajemen Zakar dan Wakaf layak dibuka di FEBI UIN SMH Banten

mediakarya
publishing

Jl. Yudistira 17, Kavling Citra Pelamunan Indah
Serang, Banten. 42616. Email. mediakarya.publishing@gmail.com

ISBN 978-623-94449-2-1